

gratuit numéro 59 - avril 2016

Design à tous les étages

Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

ÉDITO Simplicité



Parmi les nombreux aspects que nous apprécions de la culture japonaise figure en bonne place le design. Il est vrai que depuis plusieurs années, nous avons appris à aimer les objets imaginés par des créateurs japonais. Ils nous plaisent parce que, la plupart du temps, ils sont utiles et en même temps d'une simplicité formelle qui force l'admiration. Pour ce premier numéro du printemps, *Zoom Japon* a cherché à explorer cet univers du design dont l'histoire n'est pas récente. En effet, il faut remonter plusieurs siècles en arrière pour découvrir les motivations des artisans japonais qui ont su concevoir des produits aux formes souvent élégantes pour notre plus grand plaisir. Bonne lecture.

LA RÉDACTION
courrier@zoomjapon.info

4h02 Telle est la durée du trajet entre Tôkyô et Shin-Hakodate, sur l'île de Hokkaidô, après l'ouverture, le 26 mars, du nouveau tronçon ferroviaire à grande vitesse. Il faudra attendre au moins jusqu'à 2031 pour que Sapporo soit le très attendu terminus de cette nouvelle ligne.

Couverture : Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon.

LE REGARD D'ERIC RECHSTEINER

Quartier de Sendagaya, à Tôkyô



© Eric Rechsteiner

Pour leur déjeuner, les salariés, qui n'ont pas ramené leur *bentô* de la maison, ont l'embarras du choix avec une multitude de restaurants proposant des menus à bon prix. Mais avec l'arrivée des beaux jours, certains d'entre eux préfèrent acheter un *bentô* qu'ils mangeront dans un parc ou dans un lieu tranquille avec des collègues. L'occasion de goûter quelques spécialités comme la langue de bœuf venue de la région de Sendai.

ENVIRONNEMENT Pas de répit pour les baleines

Selon l'agence chargée de la pêche, 333 baleines de Minke ont été tuées. Le Japon, qui lance régulièrement des campagnes de chasse à la baleine sous couvert d'expéditions scientifiques, n'a jamais caché son goût pour la viande de cétacés et défend cette pratique au nom du patrimoine culinaire. L'industrie baleinière a connu son essor après la Seconde Guerre mondiale, pour nourrir un pays affamé.

SCIENCE Le robot nous raconte des histoires

Le métier de romancier pourrait bientôt disparaître avec l'émergence des robots et autres programmes d'intelligence artificielle. Une nouvelle intitulée *Konpyuta ga shôsetsu wo kaku hi* [Le jour où une machine a écrit un roman] et co-écrite par un programme d'intelligence artificielle a été sélectionnée au prestigieux concours littéraire Nikkei Hoshi Shinichi Literary Award.



ÉDITEUR INCONTOURNABLE de MANGA

REVENANTS



SÉRIE EN 2 TOMES

BALLAD

On ne meurt pas qu'une fois !

Ambiance "zombies" et intrigue mystérieuse.

SUSPENSE



Le suspense à son comble !! par HAJIME & TATSUYA TÔJI

Quand tu étais assis devant la porte, tu t'es bien dit : "Qu'ils crèvent tous".

POLAR NOIR

INSPECTEUR KUROKÔCHI

Un polar haletant qui vous entrainera dans les mystères judiciaires enfouis du Japon contemporain, déjà adapté en série TV !

Un scénario de TAKASHI NAGASAKI co-auteur de *Billy Bat*, *Master Keaton*... et un dessin de KÔJI KÔNO, auteur de *Gewalt* !!

CUISINE

Mes petits plats faciles by Hana

PAR LE SCÉNARISTE DU "GOURMET SOLITAIRE" !!

SÉRIE EN 3 TOMES

PAR MASAYUKI KUSUMI ET ETSUKO MIZUSAWA

NOSTALGIE POSITIVE

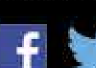
YAKO ET POKO

Un moment poétique, une énorme bouffée de "nostalgie positive" !!

DISPONIBLE EN LIBRAIRIE



Retrouvez Komikku Éditions sur les réseaux sociaux





www.facebook.com/komikku
www.twitter.com/komikku

SÉRIE Les bonnes recettes d'Ishinomaki

Partis tenter l'aventure ailleurs, ils sont nombreux à revenir dans leur ville natale pour participer à sa renaissance.

Dans la région d'Ishinomaki dévastée par le séisme, il y a ceux qui l'ont quittée après avoir tout perdu. Mais il y a aussi ceux qui y reviennent pour faire revivre et développer leur région meurtrie. Ce phénomène baptisé "U-Turn" (demi-tour) marque le retour des gens qui regagnent leur ville natale pour y travailler.

Après avoir acquis ailleurs différents savoir-faire, ils profitent de leur retour pour réaliser leur rêve en créant de nouveaux projets professionnels et en tissant de nouveaux liens entre les gens. Nous avons enquêté sur ces jeunes pour qui l'attachement au pays natal est une source de dynamisme pour toute la région.

C'est le cas de SUZUKI Kimiko. Originaire du quartier d'Inai à Ishinomaki, cette jeune femme de 31 ans est revenue au printemps 2015 après un séjour de plusieurs années à Tôkyô. Elle travaille actuellement au sein de l'association Hamanone (la racine de la plage) dans le quartier de Momonoura dont le but est de reconstruire la péninsule d'Ojika. Tout en s'occupant de la galerie gérée par cette organisation, Kimiko continue à dessiner.

A sa sortie du lycée pour filles d'Ishinomaki (actuellement le lycée Sakurazaka), elle a poursuivi ses études de dessin dans une école privée à Sendai, où elle a pu utiliser son talent pour effectuer quelques petits boulots. A 24 ans, un déclic s'est opéré quand ses parents l'ont encouragée à parfaire sa formation de dessinatrice dans la capitale. Elle a ainsi quitté sa région natale.

Lors du séisme du 11 mars 2011, la maison de ses parents a été à moitié détruite. Immédiatement, elle a voulu rentrer, mais ses parents lui ont déconseillé. *"Certains ont perdu la vie sans pouvoir réaliser leur rêve. Alors, toi, si tu as encore un rêve, tu te dois de persévérer"*, lui ont-ils dit pour justifier leur position. Ces paroles l'ont encouragée à réaliser sa première exposition personnelle. Par la suite, elle a multiplié les occasions de présenter ses œuvres.

Il se trouve qu'à la fin 2014, Hamanone lui a fait une proposition en rapport avec les chevreuils de la péninsule d'Ojika (chevreuil en japonais). Très motivée par ce projet, Kimiko s'est décidée à faire son retour. *"Non seulement je suis là pour la région, mais je peux également continuer à dessiner"*, se réjouit-elle. Si, juste après la catastrophe, elle a hésité à revenir, elle se sent aujourd'hui soulagée d'être revenue.

Une partie de son travail concerne le dessin. *"A*



La clientèle apprécie la grande variété de plats que propose SUZUKI Takaya dans son établissement.

Ishinomaki Hibi Shimbun



Nous avons entamé depuis plusieurs mois la publication d'une série d'articles rédigés par l'équipe de l'*Ishinomaki Hibi Shimbun* dans le but d'informer les lecteurs sur la situation dans l'une des villes les plus sinistrées par le séisme du 11 mars 2011. Malgré ses difficultés, ce quotidien local continue à enquêter et à apporter chaque jour son lot d'informations. Si vous voulez le soutenir dans sa tâche, vous pouvez vous abonner à sa version électronique pour 1 000 yens (moins de 7 euros) par mois : https://newsmediastand.com/nms/N0120.do?command=enter&mediaId=2301

Ishinomaki, j'ai trouvé qu'il manquait d'événements culturels. Mon rêve est que les gens se familiarisent au dessin et à la peinture par le biais de l'environnement", explique-t-elle. Jusqu'à présent, elle n'avait jamais trop réfléchi sur les raisons de son attachement à la région. Mais tout est désormais clair dans sa tête. *"On y mange bien. On progresse tous ensemble et on rencontre plein de personnes intéressantes. C'est un bonheur de pouvoir dessiner à Ishinomaki, tout en vivant avec ma famille",* lance-t-elle avec un sourire.

En travaillant à Tôkyô, dans différents bistrots, restaurants japonais, italiens et autres établissements, SUZUKI Takaya a appris de nombreuses recettes de cuisine. Elevé dans le quartier d'Aobahigashi, ce jeune de 30 ans est revenu à Ishinomaki à l'automne 2014 pour y ouvrir, quelques mois plus tard, son restaurant baptisé Ishinomaki Bar - Datcha dans le quartier de Tatemachi. Situé dans une petite ruelle, ce lieu à l'atmosphère unique attire une nouvelle clientèle de jeunes en quête de nouveauté.

A sa sortie du lycée d'Ishinomaki, Takaya a consacré la plupart de son temps à des activités musicales. Il gagnait alors sa vie en travaillant dans un restaurant chinois. Pour réaliser son rêve et devenir musicien professionnel, il est parti à Tôkyô et a formé son propre groupe. Mais pour subvenir à ses besoins, il a dû continuer à travailler dans différents restaurants. Comme il refusait de bosser pour de grandes chaînes de restauration, il a choisi des établissements dont les profils culinaires étaient originaux. Au fil des mois, il a pu ainsi enrichir sa palette et se doter d'un grand savoir-faire culinaire.

En dépit de nombreux concerts, son groupe n'a pas réussi à percer. Ses albums n'ont pas rencontré le succès, malgré une bonne distribution partout au Japon. Les quatre membres du groupe ont dû se séparer pour suivre chacun leur chemin. Takaya a alors fait le choix d'ouvrir un restaurant en restant à Tôkyô. *"Mais l'acquisition d'un local allait me coûter des millions de yens. A Ishinomaki en pleine reconstruction, je me suis dit que je pourrai trouver un local plus facilement",* raconte-t-il. C'est ce qui l'a décidé à revenir dans sa ville natale.

Désireux de jouer sur le côté très populaire des petites ruelles, Takaya a trouvé un local, dans le quartier de Tatemachi, lequel correspondait à cette ambiance. *"Si les passants sont attirés par un tel lieu, c'est un bon déclic. Après c'est à moi de mettre en avant mon talent de cuisinier",* affirme-t-il avec confiance. Il n'entend pas se contenter de rester à Ishinomaki. Son objectif est d'ouvrir une dizaine d'établissements dans les villes d'Onagawa, Kesennuma et même à Tôkyô !

Takaya cogite sa tactique de conquête tout en solidifiant sa base financière. *"Où que l'on soit, l'important c'est de savoir ce qu'on veut vraiment. A Tôkyô, la chance peut vous sourire plusieurs milliers de fois plus qu'à Ishinomaki, mais la concurrence est très, très dure. Finalement, il est plus probable de réussir à Ishinomaki qu'à Tôkyô",* reconnaît-il. Dans sa ville qu'il connaît bien, le jeune homme peut s'organiser et bien préparer l'avenir. C'est le début d'un plus grand défi.

Ishinomaki 2.0, l'organisme qui œuvre pour la reconstruction de la ville, a lancé un plan d'aide aux réaménagements des maisons vacantes. Son directeur, MATSUMURA Gôta souligne la nécessité pour les habitants de faire preuve d'ouverture d'esprit pour accueillir non seulement les personnes concernées par le phénomène du "U-Turn", mais également les nouveaux arrivants. *"Après le séisme, de nombreuses associations sont venues à Ishinomaki, avec leur savoir-faire, leurs expériences et leurs ressources humaines. Elles ont accepté les autres à bras ouverts. Grâce à ce travail, cela ne peut qu'encourager toutes les personnes qui souhaitent revenir dans une ville qui en a bien besoin",* insiste-t-il.

Avec une telle envie d'accueillir ceux qui reviennent et ceux qui viennent tenter leur chance, notre ville continuera de vivre. A Ishinomaki, nombreux sont ceux et celles qui débordent de rêves et d'espoir.

ISHIMORI HIROSHI

Sohei Oya / Nacasa & Partners



C'est dans leur plus simple présentation que les objets du quotidien au Japon révèlent leur beauté.

Le design à portée de main

Les produits japonais sont réputés pour leur qualité et leur beauté. Nous en avons cherché les fondements.

L'exposition autour du *zakka* (le terme fait référence à tout objet qui permet d'améliorer le quotidien) qui se déroule en ce moment à Tôkyô regroupe une multitude d'objets en acier, en plastique, et en papier de toute nature et de toute forme. Cependant on n'y trouve pas la collection composée d'objets en aluminium et rassemblée par le designer ONISHI Seiji. Elle semble être mieux connue à l'étranger qu'au Japon puisqu'elle a déjà été présentée trois fois en Europe. Elle est d'ailleurs actuellement exposée à la Maison de l'architecture Poitou-Charentes à Poitiers. Né en 1944, ONISHI Seiji a grandi à une époque où les objets en aluminium étaient monnaie courante. Il a donc amassé au fil des ans des centaines de jouets, d'objets du quotidien comme des bouilloires et des ustensiles de cuisine produits pour la plupart pendant la première moitié du siècle dernier. Il les a ensuite dépouillés de leurs décorations pour qu'ils retrouvent leur état initial. Dans le plus simple appareil que leur confèrent l'anonymat et la nudité matérielle, ils expriment une certaine poésie propre aux objets du quotidien. *Zoom Japon* a rencontré ONISHI Seiji dans le quartier branché de Daikan-yama à Tôkyô pour discuter de la dimension intemporelle de ces humbles produits.

Quelle est la taille de votre collection ?
ONISHI Seiji : Je pense qu'elle doit comporter environ 500 pièces. Mais je ne connais pas le chiffre exact, car je n'ai jamais eu le temps d'en faire le tour. Aussi chaque fois qu'on me demande de participer à une exposition avec des objets particuliers, cela devient un cauchemar pour moi. *(rires)* Vous devez aussi savoir que je collectionne bien d'autres choses en dehors de ces objets en aluminium comme des ustensiles en métal émaillé.

Quand avez-vous commencé à collectionner ces produits ?
O. S. : Je pense que la première fois que j'ai eu conscience de ces objets, je devais avoir une dizaine d'années... Je sais que j'ai toujours eu un côté excentrique. *(rires)* J'étais alors à l'école primaire. Un jour, un de mes camarades a ramené une boîte à *bentô* ronde en métal. Je n'avais jamais encore vu ce genre de produit puisque la plupart du temps les boîtes à *bentô* étaient de forme rectangulaire. J'ai décidé que j'en voulais aussi une comme ça. A cette époque, l'aluminium commençait à être supplanté par le plastique. De nos jours, plus personne ne veut utiliser des boîtes à repas comme celle-ci car elles sont froides au toucher et peu hygiéniques. Pourtant les objets en aluminium reviennent à la mode, mais ils sont désormais fabriqués à l'étranger, en Inde ou au Vietnam, car les usines ont disparu du paysage japonais.

A DÉCOUVRIR

Formes nues : design domestique et aluminium au Japon (1910-1960). C'est sous ce titre que la collection réunie du Domaine de Boisbuchet est présentée jusqu'au 30 juillet à la Maison de l'architecture (1, rue de la Tranchée 86000 Poitiers du lundi au vendredi de 12h30 à 18h, le samedi de 14h30 à 18h). Un cycle de conférences et des visites commentées sont aussi proposés. Renseignements au 05 49 30 20 25.

Les objets de votre collection sont-ils tous *Made in Japan* ?

O. S. : Oui. Je me suis toujours limité aux objets japonais. On trouve des objets en aluminium partout dans le monde, de l'Europe à l'Amérique en passant par l'Asie. Mais les objets japonais ont une odeur particulière. C'est un peu comme l'eau ou la terre. Un agriculteur est par exemple capable de vous dire d'où vient une terre en fonction de son odeur. Moi, c'est pareil, mais avec de l'aluminium. Je vous avais dit que j'étais bizarre. *(rires)*

Il est intéressant de voir combien il est facile de remarquer les différences entre les produits fabriqués avant et après la guerre. Les plus anciens, ceux des années 1920 et 1930 se distinguent par leur qualité plus fine. Cela s'explique par le fait qu'avant le conflit mondial, le Japon disposait davantage de ressources. Ce n'est qu'à la fin de la guerre que sont apparus des objets plus grossiers. Défait, le Japon a dû se séparer de tous ses armements comme ses avions de chasse. Mais au lieu de les remettre aux Alliés, tous les éléments ont été recyclés pour répondre à des besoins civils. Entre 1946 et 1948, il y a eu une ruée sur l'aluminium qui s'est traduite par la création d'une multitude d'objets et d'ustensiles du quotidien. La plupart d'entre eux étaient produits dans de petits ateliers ou par des artisans. Il n'y avait pas de designers industriels. Ces objets étaient produits sans nécessité particulière. Aussi leur design était minimal. Ils possédaient une forme brute sans aucun ornement ou aucune inscription. Les gens ne cherchaient pas de jolis objets. Ils ne voulaient avoir que des produits utiles. Ce sont ces objets que je collectionne. Je ne les aime pas seulement parce qu'ils sont anciens. En tant que designer qui cherche toujours à conserver la simplicité, je suis fasciné par cette époque où les artisans fabriquaient des produits sans se préoccuper du design. C'est la raison pour laquelle j'aime ces objets simples dont le seul objectif était de faciliter la vie des gens. Ils sont parfaits dans leur simplicité.

Le Japon a une longue tradition dans le recyclage des matériaux, n'est-ce pas ?

O. S. : En effet. Cette passion pour le recyclage est née du besoin de notre pays de s'adapter à un manque de ressources minières et à une population nombreuse. Comme je le disais, pendant et après la guerre, les objets qui auraient normalement dû être fabriqués en métal, en bois ou en céramique l'ont été en aluminium. Aujourd'hui encore, le Japon reste le leader mondial du recyclage de l'aluminium car il s'agit d'un matériau très coûteux à produire, mais très facile à utiliser.

Vous pouvez dire que vous êtes intéressé par l'ancien style *zakka*...

O. S. : Oui, même si je préfère les nommer *jitsuyôhin* (objets du quotidien). Depuis le milieu des années 1960, le terme *zakka* a pris un sens un peu ambigu et il est aujourd'hui utilisé pour désigner une multitude d'objets. Le design a remplacé la fonctionnalité comme principal élément de reconnaissance et la plupart de ces produits sont plus jolis à voir que pratiques. Pour moi, *zakka* n'est pas lié aux seuls besoins du quotidien. C'est pour ça que je préfère utiliser le terme *jitsuyôhin*.

Je suppose que les objets que vous collectionnez n'ont pas une valeur intrinsèque.

O. S. : Non pas vraiment. Les objets en métal ou en cuivre ont une plus grande valeur dans la mesure où jamais personne n'a utilisé l'aluminium pour faire des objets de collection. Les objets que je recherche sont plutôt considérés comme des

UNE BRÈVE HISTOIRE DU ZAKKA

L'histoire du *zakka* au Japon remonte au XVIIe siècle quand le pays était encore fermé au reste du monde. A cette époque, seuls les Hollandais étaient autorisés à commercer avec l'archipel et les produits qu'ils amenaient avec eux ne manquaient pas de susciter l'intérêt de la population locale.

Entre autres choses, les techniques de soufflage et la découpe du verre ont été importées et ont pris racine. Elles continuent d'être appliquées de nos jours. Un autre pays européen a influencé l'artisanat japonais. Il s'agit de l'Allemagne notamment à travers le courant Bauhaus fondé en 1918. Grâce aux activités de certains de ses membres qui ont quitté leur pays natal, la philosophie de l'école a connu un développement en dehors des frontières de l'Allemagne et a eu un impact majeur dans de nombreux pays. Au Japon, en particulier, le groupe Keiji Kôbô a été influencé. Il a fait progresser les processus de standardisation dans le mobilier facilitant ainsi la production de masse.

Après la guerre, la fabrication a pris une dimension de plus en plus industrielle. Dans les années 1950, en particulier, le gouvernement a encouragé le développement d'une industrie pétrochimique locale. En conséquence, le plastique s'est imposé comme un nouveau matériau pour répondre aux besoins quotidiens. C'est dans ce contexte que les objets *zakka* sont apparus utilisant les propriétés du plastique pour créer de nouvelles formes avec des couleurs vives. Avec la mécanisation et la production de masse, des produits similaires ont commencé à inonder le marché et les ménages japonais sont devenus plus riches matériellement. En 1954, le magazine de consommation *Kurashi no techô* a commencé à publier des tests les concernant. Le mensuel continue de nos jours à informer ses lecteurs sur les nouveaux objets du quotidien et à inciter les fabricants à faire de meilleurs produits.



Jean Derome pour Zoom Japon

Entre la fin des années 50 et le début des années 60, le designer industriel a obtenu le statut de profession spécialisée. Beaucoup de jeunes créateurs ont acquis une connaissance des nouveaux matériaux et de leurs procédés de production. Ils ont commencé à produire des objets en faisant attention à leur fonctionnalité et leur beauté tout en leur offrant un attrait intemporel.

Au début des années 1970, les magazines consacrés à la mode et la culture ont connu un développement important, ce qui a contribué à favoriser la diffusion d'informations venant de l'étranger. Les objets présentés sur leurs pages étaient très attrayants et ont suscité l'intérêt de nombreuses personnes. Comme le volume d'informations a augmenté au fil des ans, ces magazines se sont transformés en véritables catalogues dont le but principal était, semble-t-il, de stimuler les lecteurs à acheter de plus en plus de produits.



Sohei Oya / Nacasa & Partners

Dans les années 1990, la conception d'objets comme des meubles, des appareils ménagers et d'autres produits a pris plus d'importance. Certains des meilleurs designers du monde ont commencé à créer des produits japonais, contribuant à leur donner une nouvelle valeur qui dépassait de loin celle de leur usage. Les consommateurs ont commencé à les considérer comme des produits de luxe et à les choisir en fonction de leur esthétique. Aujourd'hui, l'attrait du *zakka* va au-delà des objets eux-mêmes et concerne désormais leur emballage. Grâce aux avancées dans le domaine de l'impression ou celui du design, avec la croissance des réseaux de consommation et de distribution, les emballages eux-mêmes ont fini par être considérés comme mignon ou cool. Ils ont atteint le statut de *zakka*. Accompagnés de publicités sophistiquées, ils contribuent à encourager les achats, à la création de nouvelles tendances et de modes. Une nouvelle ère a finalement émergé dans laquelle les choses matérielles jouent un rôle de premier plan dans la vie des gens.

J. D.

produits sans intérêt. Cela est dû au fait que l'aluminium est un matériau très humble. De nos jours, les gens semblent le redécouvrir. A partir du moment où vous abandonnez l'idée qu'il ne s'agit que d'objets sans âme et peu attractifs, ils apparaissent bien vite comme les témoins tranquilles et importants d'une culture d'interaction avec les choses matérielles. C'est encore plus vrai lorsque vous les nettoyez de tout ornement puisqu'ils retrouvent leur forme initiale et leur fonction essentielle. Pour moi, cette pureté symbolise l'artisanat typique lié à un matériau et met l'accent sur la simplicité du design japonais.

Où recherchez-vous ces objets ?

O. S. : A Tôkyô, il y a de nombreux marchés aux puces où, avec un peu de chance, on en trouve. Dans la préfecture de Saitama, où je réside, je ne manque jamais de me rendre dans ce genre d'endroits. Par exemple, le principal sanctuaire de Kawagoe, le Hikawa Jinja, organise un marché de ce genre. Quand les gens font des travaux de rénovation dans de vieilles maisons, ils découvrent plein de vieilleries. La plupart du temps, ils se contentent de les jeter, mais certains d'entre eux ont la bonne idée de les vendre. Toutefois, à Tôkyô, il n'y a quasiment plus de maisons d'avant-guerre. C'est la raison pour laquelle j'ai étendu ma zone de recherche à d'autres régions. Lorsque je me déplace pour mon travail, j'en profite pour visiter des marchés locaux et des boutiques de recyclage. Par le passé, je rendais visite à des personnes âgées qui stockaient chez elles des tas d'objets de façon compulsive sans jamais rien jeter. Il m'arrive encore aujourd'hui d'appeler des professionnels dans tout le pays car certains d'entre eux possèdent encore des objets qu'on ne trouve nulle part. Dans certains secteurs, on utilise encore des objets en aluminium alors qu'ils ont été remplacés ailleurs par des produits faits dans d'autres matières.

Pourquoi la collection exposée en France s'appelle-t-elle ONISHI-SUMI ?

O. S. : SUMI Keiichi est le propriétaire d'une galerie qui m'a aidé à trouver certaines pièces de ma collection. Récemment j'ai eu la chance de pouvoir entrer en contact avec des antiquaires et d'autres personnes susceptibles d'entrer en possession de ce type d'objets. Ils ne sont pas vraiment intéressés par ces objets dont la valeur est faible, mais ils sont assez gentils pour m'avertir quand ils rencontrent ce genre de pièces. M. SUMI est une de ces personnes. Environ 30 des 200 objets présentés en France ont été découverts par lui.

Pourquoi pensez-vous qu'il soit important de montrer votre collection ?

O. S. : L'attitude traditionnelle faite de respect que les Japonais ont toujours eu à l'égard de la nature et de l'utilisation durable des ressources a été mise à mal par une tendance à la consommation à outrance venue d'autres pays. Néanmoins les gens n'oublient pas la beauté dans leur quotidien même s'ils doivent faire face à des difficultés et à la pauvreté. En exposant ces bien modestes objets, j'espère amener les gens à réfléchir à nos valeurs traditionnelles.

PROPOS RECUEILLIS PAR JEAN DEROME

L'ART ET LA MANIÈRE DE RÉPONDRE AUX BESOINS DU QUOTIDIEN

Le musée 21_21 CONCEPTION SIGHT, situé à Tôkyô, a été créé en 2007 par l'architecte ANDÔ Tadao et le designer de mode Issey Miyake. Il accueille jusqu'au 5 juin une exposition fascinante sur le monde du *zakka*. Organisée par le designer industriel FUKASAWA Naoto, elle vise à montrer le rôle en constante évolution joué par le *zakka* dans la société japonaise.

Chaque génération a sa définition du *zakka*. Par exemple, jusqu'aux années 1950, lorsque le Japon a commencé à rattraper l'Occident, il s'agit surtout des objets comme les bouilloires, les balais, les seaux et autres articles ménagers. Toutefois, lorsque le pays a commencé à jouir d'une longue période de croissance économique, les *zakkaya* (magasins proposant ce type de produits) ont commencé à diversifier leur offre avec des objets allant des verres fantaisie aux couteaux, en passant par des plats, des tabourets ou des vêtements. Ils proposaient même parfois de la nourriture, des boissons et des cosmétiques. Au fil des années, le volume des choses disponibles dans ces magasins a pris des proportions énormes. Alors qu'à l'origine, le *zakka* désignait les objets d'usage quotidien, celui d'aujourd'hui accorde plus d'importance à l'esthétique qu'à la fonctionnalité.

Il suffit d'entrer dans un magasin de *zakka* pour découvrir des ustensiles en bois, des couverts en métal et des salières et des poivrières aux formes indéfinissables alignés aux côtés de pinceaux, de bouteilles d'eau en plastique, et des tabliers en vinyle. Il y a toujours de nouvelles découvertes qui attendent les clients curieux.



Jean Derome pour Zoom Japon

Cependant, ces nouveaux objets ne sont pas les seules choses qu'on peut trouver dans un magasin de *zakka*. Les gens ont redécouvert le charme des objets et des ustensiles du passé dont l'aspect ancien les séduit. De plus en plus de gens apprennent à les apprécier.

Afin de résoudre une bonne fois pour toutes l'énigme qui entoure l'idée de *zakka*, FUKASAWA Naoto et son équipe de collaborateurs ont fini par trouver une définition qui leur a pris du temps à déterminer : *"Objets qui accompagnent nos espaces de vie de tous les jours et qui fournissent un élément subtil de décoration"*. *"Le concept est difficile à définir car il ne s'agit pas d'un objet unique, mais d'un ensemble de produits. Mais il s'en dégage un sentiment d'uniformité. Les besoins des gens ont évidemment évolué au fil des ans. Si l'on compare le coût actuel de la vie au Japon à celui de 1925, par exemple, on constate un changement notable. On est passé des besoins liés aux dépenses de base (nourriture, vêtements et abris) à des besoins non-essentiels (certains diraient frivoles) liés aux loisirs. Les dépenses d'alimentation, par exemple, sont passées de 40 à 26 %, celles liées à la maison ont baissé de 20 à 8 %; tandis que celles pour l'habillement ont diminué de 13 à 4 %. Ces trois postes combinés représentaient 73 % des dépenses il y a 90 ans. Désormais, ils n'en représentent que 38 %"*, explique-t-il.

Mais pourquoi les objets *zakka* sont-ils si séduisants ? *"Il se peut qu'ils représentent pour les gens comme le symbole d'une petite dose de bonheur. Ils nous sont familiers parce qu'ils font partie de notre vie quotidienne. Les gens apprécient certainement le confort qu'ils offrent, et l'attention portée à leur fabrication. Les gens sont attirés parce qu'ils ont l'impression qu'ils font partie de leur propre vie"*, ajoute-t-il.

"Il est vrai qu'il s'agit d'articles de tous les jours et pas d'antiquités hors de prix. Pourtant, notre désir de les posséder a des points communs avec l'envie que nous pouvons avoir de nous procurer des antiquités. C'est un signe extérieur exprimant la façon dont les gens qui les possèdent vivent. Il me semble que les objets zakka constituent une catégorie d'objets dont l'allure les distingue des autres produits du design ou de l'artisanat. Peut-être est-ce pour cela que ces objets suscitent souvent un sentiment de nostalgie à l'égard de moments pas si lointains que ça. Il me semble qu'ils affectent des émotions associées avec le soulagement. Les gens sont las des nouvelles choses et sont désorientés par la vitesse à laquelle elles changent. Voilà pourquoi les objets zakka nous procurent un sentiment d'apaisement. Dans ce contexte plus large et compte tenu de l'importance que ces objets ont dans la culture japonaise, cette exposition d'objets qui semblent insignifiants est si intéressante", assure FUKASAWA Naoto.

Les expériences de recherche, de sélection, d'achat, d'utilisation, de décoration que nous menons autour de ces produits du quotidien nous permettent de retrouver leur nature profonde, et à leur tour ils apportent de la joie à nos vies. Les objets *zakka* sont maintenant devenus des éléments essentiels dans nos espaces de vie moderne.

J. D.



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

RENCONTRE **L'homme qui voyait blanc**

Le célèbre céramiste KURODA Taizô a parcouru un long chemin avant d'atteindre ses objectifs de simplicité.

Au Japon, le proverbe *"Tôdai moto kurashi"* (prendre de la distance pour mieux voir ce qui est sous notre nez) est populaire et de nombreux artistes locaux peuvent le revendiquer. KURODA Taizô ne fait pas exception. La vie de ce céramiste reconnu, aujourd'hui âgé de 69 ans, ressemble à celle d'autres artistes qui ont quitté leur pays à la recherche de nouveaux horizons et d'inspiration avant de rentrer et de cueillir les fruits de leur longue quête. Après avoir passé de nombreuses années à se former à l'étranger, le maître potier est revenu dans l'archipel pour s'imposer comme l'un des meilleurs céramistes de la planète dont le style est moins inspiré par les techniques occidentales ou la céramique japonaise traditionnelle que par la porcelaine blanche coréenne Joseon. Ses œuvres se démarquent radicalement des porcelaines techniquement parfaites d'Arita, de Kakiemon et de Nabeshima pour ne nommer que les plus célèbres centres de production du pays.



Jean Derome pour Zoom Japon

KURODA Taizô s'est intéressé à la céramique par hasard. Sa rencontre avec le célèbre céramiste SHIMAOKA Tatsuzô a été déterminante.

J'ai entendu dire que votre histoire d'amour avec la poterie serait le fruit du hasard.
KURODA Taizô : C'est juste. Personne dans ma famille n'était potier. Tout a commencé par une rencontre dans un lieu inattendu : un restaurant parisien. Au lycée, j'avais été attiré par l'Occident grâce à ses films et j'avais toujours rêvé de pouvoir me rendre en France. En 1966, le gouvernement japonais a fini par autoriser tous les citoyens japonais à voyager librement à l'étranger et j'ai saisi cette chance. Les billets d'avion à l'époque valaient une petite fortune – l'équivalent aujourd'hui de 3 millions de yens (23 800 euros) – et ma mère était très inquiète à l'idée que je parte. Mais pour moi, c'était une grande aventure. J'avais 20 ans et j'étais fauché. Je devais donc trouver un boulot. Alors que j'étais en train d'attendre à la table d'un restaurant parisien, j'ai fait connaissance avec le célèbre céramiste et futur trésor national vivant SHIMAOKA Tatsuzô.

SHIMAOKA était l'un des plus importants représentants du mouvement *mingei* promouvant l'artisanat populaire…
K. T. : Oui. Le terme *mingei* (voir *Zoom Japon*, n°25, novembre 2012) signifie littéralement "l'art des gens ordinaires réalisé à la main". Les artistes étaient attachés à la simple beauté de ces objets du quotidien conçus et façonnés par des artisans ordinaires.

Vous êtes devenu son apprenti ?
K. T. : En quelque sorte, mais ça ne s'est pas fait immédiatement. A cette époque, je ne manifestais guère d'intérêt pour la poterie. Néanmoins, le maître SHIMAOKA m'a présenté au potier canadien Gaëtan Beaudin qui est aujourd'hui reconnu comme le père de la céramique moderne au Québec. J'ai alors commencé à m'intéresser à la poterie. Un an plus tard, je me suis rendu au Canada pour rencontrer Beaudin et c'est là que j'ai touché pour la première fois de ma vie un tour de potier. J'ai ressenti à ce moment-là que

ce travail serait celui de toute ma vie. J'ai donc décidé de rester au Québec et d'apprendre aux côtés de Beaudin. Au total, j'ai passé 15 ans de ma vie à l'étranger, dont 13 au Canada où j'ai principalement travaillé comme designer pour SIAL, l'entreprise de Beaudin. Celle-ci produisait de la vaisselle fonctionnelle. Pendant cette période, je suis rentré deux fois au Japon pour travailler sous les ordres de SHIMAOKA, à Mashiko.

On compare souvent votre style avec le minimalisme occidental. Etes-vous d'accord avec cette affirmation ?

K. T. : Je ne connais pas vraiment la définition du minimalisme occidental, mais je comprends que ce n'est pas très éloigné du minimalisme japonais. Ce qui est certain, c'est que mes œuvres se rapprochent de la tradition japonaise. La seule chose que je peux en dire, c'est que j'ai toujours été attiré par les choses simples et d'une certaine façon, ma sensibilité a quelque chose en commun avec tous ces différents styles. Par le passé, plusieurs personnes ont même affirmé que mes œuvres leur rappelaient les natures mortes du peintre italien Giorgio Morandi, mais à cette époque, je ne le connaissais pas du tout. Pour être tout à fait franc, pour moi, l'art est art et cette expression de pureté peut être trouvée partout dans le monde sans qu'il soit question de définitions.

Vous avez évoqué votre travail avec SHIMAOKA Tatsuzô à Mashiko. Cette ville de la préfecture de Tochigi est célèbre pour son style rustique et simple…

K. T. : Il n'empêche qu'aujourd'hui la poterie moderne qui y est produite est de différentes formes. Et ceci grâce à la liberté créative que HAMADA Shôji a réussi à imposer dans ce centre de production. Beaucoup de gens ont estimé que mon travail s'apparentait au sien. Cela me satisfait car j'adore ses œuvres.

Est-ce que votre retour au Japon en 1981 a eu une influence sur votre approche à l'égard de la poterie ?

K. T. : Mon retour au pays a ouvert une nouvelle phase dans ma quête d'une expression artistique. A ce moment-là, j'étais encore en train d'explorer différentes voies, en testant plusieurs types de matériaux et toutes sortes de styles pour les décors. Mais je n'étais pas sûr de ce que je voulais faire. Ce n'est qu'en 1991, lorsque j'ai installé ma maison-studio dans la péninsule d'Izu que j'ai compris que la liberté absolue était en définitive un obstacle à mon art et qu'il était nécessaire que j'établisse quelques limites. J'ai donc abandonné tout ce qui me semblait superflu pour revenir aux fondamentaux. Cela m'a libéré.



t.gallery

Outre le blanc, les bords extrêmement fins caractérisent les réalisations de KURODA.

Il semble que vous êtes resté fidèle à cette approche au cours des 25 dernières années, en vous concentrant sur la forme, la couleur (le blanc) et votre tour. Comment obtenez-vous ce blanc ?

K. T. : J'utilise différentes terres provenant de plusieurs endroits parmi lesquels la préfecture de Hyôgo et la Nouvelle-Zélande. La seule façon pour moi d'atteindre une totale liberté d'expression consiste à me restreindre moi-même. En réduisant mon choix de couleur au seul blanc, cela m'a permis de me concentrer sur mon véritable objectif qui est d'établir une relation avec les gens. Je sais que mes œuvres sont reconnues pour leur qualité artistique, mais le fait est que je réalise seulement des objets fonctionnels que les gens peuvent vraiment utiliser comme de la vaisselle ou des vases. Vous pouvez d'ailleurs en trouver dans de nombreux restaurants. Comme les artistes du mouvement *mingei*, je trouve la beauté dans la simplicité. Par exemple, la plupart des objets collectés par le Musée des arts populaires du Japon à Tôkyô sont de simples outils, mais à mes yeux, ils ont tendance à les surévaluer. Ce sont de beaux objets et c'est vraiment la seule chose qui compte.



Des œuvres toujours au bord de la rupture.

Vos réalisations sont également célèbres pour leurs bords incroyablement minces - parfois ils ne dépassent pas un millimètre - qui semblent toujours être proches de la rupture. Est-il vrai que vous n'utilisez aucune machine pour atteindre ce résultat ?

K. T. : Oui, je veux travailler avec mes mains qui constituent mes outils préférés. Les objets que vous avez sous les yeux proviennent uniquement de mon travail manuel avec le tour, sans qu'il y ait aucun autre embellissement. Comme je l'ai dit, je garde toujours à l'esprit mes motivations originales qui prennent le pas sur les considérations stylistiques. C'est comme ça que je fais de l'art. Chacun d'entre nous est une minuscule particule apparemment perdue dans l'univers. Aussi mon but est-il de créer quelque chose qui, je l'espère, pourra toucher la vie des autres.

t.gallery

PROPOS RECUEILLIS PAR J. D.

TENDANCE Un simple retour aux sources

L'incroyable succès de Muji dans l'archipel et dans le monde exprime un besoin de revenir aux fondamentaux.

Depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale, le Japon a souvent été associé à des produits sans fioriture de qualité vendus à des prix abordables. Alors qu'il y a 60 ans, les fabricants japonais utilisaient les radios à transistors pour pénétrer les marchés occidentaux, aujourd'hui les clients étrangers sont plus susceptibles d'acheter des vêtements, par exemple, de la marque Uniqlo ou de choisir des objets parmi la large gamme de produits courants proposés par Mujirushi Ryôhin. Mieux connue dans le monde entier sous le nom de Muji, la marque a commencé ses activités en 1980 avec une ligne de 40 produits ménagers et alimentaires commercialisés dans les supermarchés Seiyû, propriétés de la société mère. Après plus de 35 ans d'existence, la société a fait un énorme bond en avant, puisqu'en 2014, elle possédait quelque 385 boutiques au Japon et 255 à l'étranger. Elle espère accroître sa présence mondiale dans 50 pays au moment où Tôkyô accueillera les Jeux Olympiques d'été 2020.

Même si aujourd'hui Muji est devenue un mastodonte de la vente au détail avec un catalogue contenant plus de 7 500 références (60 % de produits ménagers, 35 % de vêtements et de linge), la société reste fidèle à sa philosophie d'origine : concevoir des produits neutres fonctionnels dont le processus de production met l'accent sur le recyclage, en évitant le gaspillage inutile.

Pendant de nombreuses années Muji n'a même pas divulgué les noms de ceux qui concevaient ses produits, mais l'entreprise a récemment cédé sur ce point en mettant en place une série de collaborations avec des créateurs bien connus comme James Irvine, Jasper Morrison et FUKASAWA Naoto. Ce dernier, en particulier, a été membre du conseil consultatif de Muji (un groupe de designers japonais de premier plan qui valident tous les nouveaux produits) depuis 2002. Il a ainsi participé au développement d'un certain nombre de produits à succès, y compris le fameux lecteur de CD mural. *Zoom Japon* a réussi à le rencontrer pour un échange rapide sur Muji et la conception des produits.


Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

L'entreprise possède désormais 385 magasins au Japon et 255 à l'étranger.

Vous avez collaboré avec Muji au cours des 14 dernières années, ce qui vous a permis de bien connaître leur méthode de travail. Quel est, à votre avis, le secret de leur succès ?

FUKASAWA Naoto : Je pense qu'il faut chercher du côté du débat constant qui existe à tous les niveaux de l'entreprise. Son président MATSUI Tadamitsu est même venu avec un manuel de 2 000 pages - le *Mujigram* - qui normalise tous les aspects de la planification, du développement, de la production, de la distribution et de la vente. Mais loin d'être un système vertical verrouillé de haut en bas, chaque employé peut s'exprimer pour mettre en évidence des problèmes rencontrés et pour trouver des solutions. Une fois que leurs idées ont obtenu le feu vert, ils sont appliqués à l'ensemble du groupe. Un second aspect et peut-être encore plus important est lié au fait que le procédé de fabrication est déterminé par l'utilisation que le consommateur fera du produit. Muji n'est pas intéressé par des produits qu'on rendrait attrayants de façon artificielle par l'utilisation de couleurs vives ou des caractéristiques particulières. Nous refusons l'utilisation excessive d'emballage ainsi que le recours à des célébrités pour promouvoir les produits. En d'autres termes, ils conservent une identité simple et tout ce qui n'est pas directement lié à l'usage du produit est abandonné.


Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Le textile représente 35 % des références de Muji.

Pensez-vous que le succès initial de Muji a quelque chose à voir avec le moment où la société a été fondée ?

F. N. : Je le pense. A l'époque, la société japonaise était au faîte de sa croissance économique. De plus en plus de gens profitaient d'une richesse matérielle considérable. Les années 1980 ont été une période d'excès, avec des gens qui achetaient des produits de luxe fabriqués à l'étranger. D'autre part, ceux qui ne pouvaient pas se permettre ces produits ont dû se contenter de biens de mauvaise qualité et à bas prix. Je pense que toutes ces dépenses insensées ont amené beaucoup de gens à réfléchir et à revenir à l'essentiel, c'est-à-dire à une façon de vivre et de jouir d'une vie plus simple. Avec son concept de “vie compacte”, Muji a montré sa capacité à saisir parfaitement

l'aspiration profonde des Japonais. En fait, je pense que les années 1980 – les fameuses années de bulle – ont été une aberration parce que la culture japonaise est en fait basée sur la notion de simplicité. Réfléchissez à la pratique du zen ou à la cérémonie du thé: toutes les fonctionnalités inutiles ont été supprimées afin de rendre les choses simples et de mettre en avant la qualité et la fonction. L'esthétique traditionnelle du *su* (ordinaire ou sans fioritures) vient de l'idée que la simplicité fait non seulement référence à ce qui est modeste ou frugal, mais pourrait être plus attrayante que le luxe.

Permettez-moi de me faire l'avocat du diable. Quand on circule dans un magasin Muji, tout est très uniforme et presque anonyme. Ne pensez-vous pas que c'est une négation de l'individualisme ?

F. N. : Au contraire, il s'agit de nourrir l'individualité des gens. C'est pour ça que Muji crée des produits neutres. Ces produits sont conçus dans le but de donner aux consommateurs un espace vide et de stimuler leur imagination. La dernière chose que nous voulons faire est d'interférer avec l'individualité du consommateur. Il y a toujours des choses qui nous entourent dans la vie. Les choses dont on s'entoure représentent la vie et les valeurs d'une personne. Concevoir un produit signifie que l'on observe objectivement notre environnement et qu'on en est conscient. J'aime l'approche de Muji parce qu'il ne vend pas mon nom. Les produits que je conçois sont simplement des objets qui se trouvent là. Ils ne sont pas anonymes, mais naturels.

Il est vrai que le design devient très superficiel de nos jours. Tout est en surface et on ne trouve aucun contenu, aucune signification sociale réelle. Qu'en pensez-vous ?

F. N. : Il est vrai que certaines personnes considèrent le design comme s'il s'agissait d'une tendance de mode. Cependant, la vérité est que cela ne donne rien de durable. Les gens veulent quelque chose dont ils ne lasseront jamais, et en même temps, ils sont toujours en quête de nouveauté. Évidemment, c'est assez contradictoire, mais nos vies sont faites de nombreuses contradictions. Nous avons besoin de ces deux aspects dans notre vie. Par conséquent, je pense qu'il y a assez d'espace pour les deux approches : un design sérieux et un design plus frivole.

Vous êtes célèbre pour combiner un design minimaliste avec un maximum de fonctionnalité. Pouvez-vous nous donner votre définition du design ?

F. N. : Notre vie quotidienne a beaucoup évolué avec les changements dans notre environnement de vie, l'évolution de l'électronique grand public et les développements des technologies de l'information. D'une manière générale, la plupart des outils que nous utilisons tous les jours avec désinvolture ont tendance à se rapprocher soit du mur soit de notre corps. Prenez la télévision, par exemple. Les anciens modèles à tubes cathodiques étaient très volumineux, mais au fil des ans, et surtout avec l'avènement des cristaux liquides, ils sont devenus très minces. Par conséquent, nous pouvons maintenant accrocher un téléviseur au mur comme un tableau. On pourrait dire que la télévision n'est devenue aujourd'hui qu'un simple contenu. D'autre part, nous pouvons regarder les mêmes images sur un smartphone posé sur la paume de notre main. En d'autres termes, tous ces outils sont en train de changer progressivement de forme. Seule leur fonction d'origine demeure. Plus un objet se rapproche du corps humain, plus on s'y adaptera facilement s'il possède une forme plus douce.

En tant que designer, mon travail est de ne pas donner des formes à des objets, mais plutôt de déterminer leurs positions. Est-ce qu'il sera installé près d'un mur ou utilisé dans une main humaine ? Voilà ce qui est important.

PROPOS RECUEILLIS PAR J. D.

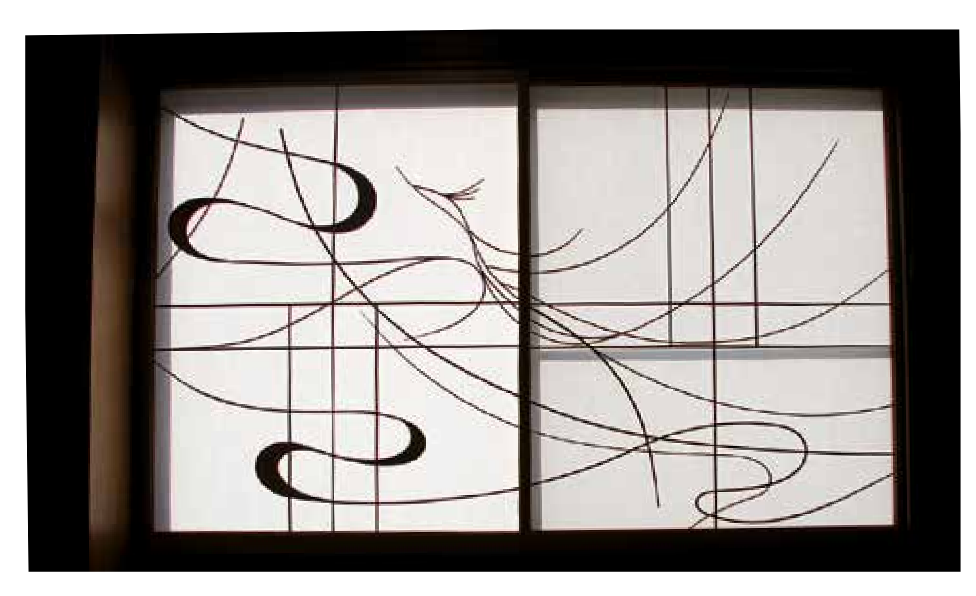


Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

Après les années de forte croissance, les Japonais ont eu besoin de retrouver les formes simples.

EXPÉRIENCE Quand l'artisanat devient art

Installé sur l'île de Shikoku, TOMINAGA Keiji fabrique des cloisons de papier selon des techniques traditionnelles.



Johann Fleuri pour Zoom Japon

"Chaque *shôji raconte une histoire."* Ceux de TOMINAGA Keiji reprennent régulièrement des motifs de vagues, de montagnes ou de scènes du quotidien comme celle de la confection du riz. D'un pas pressé, l'homme se dirige vers un temple situé non loin de son atelier, implanté dans la ville même de Tokushima. En entrant dans le bâtiment, on aperçoit rapidement un *shôji* somptueux qui fait office de fenêtre dans la pièce principale. Long de plusieurs mètres, d'une simplicité désarmante, les éléments de décoration de bois, si finement exécutés, ne peuvent que susciter l'admiration.

"Ce panneau retrace le parcours d'une jeune fille qui a beaucoup souffert, commence à expliquer le maître artisan. *Son mari est mort lors d'une bataille qui a eu lieu ici à Shikoku. Malgré son chagrin, elle reste fidèle et continue de protéger la préfecture de Tokushima"*, poursuit-il alors. *"Elle est originaire de Chiba, c'est pourquoi on voit un prunier ici, symbole de sa région natale. Elle est seule. Mais ne perd pas courage : elle finit par se transformer en oiseau."* Et s'envole par-dessus la vague. Maître-artisan, TOMINAGA Keiji est avant tout un véritable artiste. Il représente la quatrième génération de l'atelier K`Z Craft. Là, on fabrique des *shôji* selon une technique unique et un savoir-faire précieux transmis de père en fils depuis 1875.

En matière d'architecture, les *shôji* questionnent, de manière unique, les notions de volumes et d'intérieur de la maison : en effet, les cloisons de papier, modulables à volonté, redéfinissent les espaces en fonction des besoins et des saisons. La chaleur du bois est propice à un foyer chaleureux qui appelle à à la détente et à la sérénité. Très utilisé autrefois dans les maisons traditionnelles japonaises, c'est un savoir-faire qui tend malheureusement à se perdre dans l'archipel nippon aujourd'hui. Comme son père, son grand-père et son arrière-grand-père avant lui, TOMINAGA Keiji perpétue un savoir-faire traditionnel, *"entièrement à la main. Nous n'utilisons aucune machine : je joue avec les matériaux afin de pouvoir les plier avec la chaleur de l'eau chaude."* Tout simplement.

Dans le showroom de son petit atelier, les couleurs du bois réchauffent. On se sent à la maison dans cette ambiance feutrée et confortable. Les *shôji* réalisés, mais également les lampes, les meubles sont d'une finesse exquise. Le tressage est précis et magnifique. *"Je veux que mon travail dure toujours. Et surtout qu'il dégage un sentiment de joie et de bonheur à qui les utilise. Le ressenti est la base et l'émotion qu'il procure est le cœur de mon travail. Je souhaite aussi qu'il inspire des générations futures. Pour que ce savoir-faire continue de trouver des artisans dévoués."*

A quelques pas de son atelier, de l'autre côté de la ruelle, TOMINAGA Keiji pointe du doigt une bâtisse traditionnelle. C'est la maison de famille *"où j'entrepose tout un tas de choses, notamment les* shôjis *confectionnés par mon père".* Il tient à présenter l'espace qu'il conserve religieusement à l'étage. Le joyeux bazar de pièces de bois sculptées en tous genres et de *shôji* de toutes tailles, fait tout à coup place à un grand panneau représentant un homme, sous une ombrelle, qui observe une grenouille qui tente d'attraper une branche en sautant. Il raconte alors à quel point l'ouvrage a changé sa vie. *"Quand j'étais petit, mon père m'a montré ce* shôji *qu'il avait lui-même réalisé entièrement : il m'a alors expliqué qu'il était l'homme et que j'étais la grenouille. La petite grenouille saute pour faire de son mieux et tenter d'attraper la branche : l'homme l'observe et simplement par le regard l'encourage à réussir. L'homme sait que la grenouille parviendra à attraper la branche un jour. Avec le temps et beaucoup d'efforts et de travail."* Le visage de TOMINAGA Keiji s'obscurcit soudainement. *"Mon père est décédé en février dernier. J'étais enfant lorsqu'il m'a présenté ce panneau et j'ai tout de suite pris conscience que je ferai ce métier moi aussi. Qu'il ne faudrait pas se décourager parce que l'apprentissage serait long et difficile. Tout mon travail est parti de ce jour-là très précisément : du moment où mon père m'a raconté cette histoire. J'ai su qu'il fallait que je me batte pour y arriver et que mon père et ma famille seraient là pour m'encourager."*

Le moins que l'on puisse dire c'est que TOMINAGA Keiji s'est imposé dans cette discipline difficile. Son parcours est très impressionnant. Né en 1957 à Tokushima, il a fait des études à Kyôto avant de rejoindre la menuiserie familiale en 1982. En 2001, il s'est fait remarquer en exposant pour la première fois à Tôkyô, un panneau réalisé avec du cèdre de Tokushima. Cette même année, il a commencé à travailler de plus en plus avec Kyôto.

A partir de l'année suivante, il a régulièrement exposé dans la capitale et participé à des conférences sur les notions d'espace en architecture dans diverses universités du pays. En 2006, il remporte un premier prix national pour son travail. Récompenses et marques de reconnaissance ne feront que pleuvoir les années suivantes. En 2014, il est reconnu artisan d'excellence de Tokushima et devient maître artisan d'Awa (ancien nom de Tokushima). Très attaché à sa région natale, TOMINAGA Keiji est fier de sa ville. *"Comme tout natif du coin, j'adore danser"*, s'amuse-t-il. En effet, la région est connue dans tout l'archipel pour être le berceau de l'Awa-odori, une danse folklorique. Le festival local, organisé entre les 12 et 15 août, attire plus d'un million de personnes originaires de tout le pays.

Si au Japon, l'artisan travaille énormément avec *"Kyôto, une ville que j'adore"*, il est également invité à présenter ses travaux dans le monde entier, à Taïwan, en Italie ou en France. Mais aussi à Dubai, en Allemagne, en Corée ou en Chine. Le *shôji* s'exporte et plaît à l'international. Dans l'archipel, huit temples ont acquis une ou plusieurs de ces réalisations. Récemment, *"on m'a demandé de construire une salle de concert à Taïwan. J'anime régulièrement des conférences dans ce pays"*, confie-t-il. Cerise sur le gâteau, il travaille aussi pour l'Empereur Akihito. Mais pas la peine d'insister, il ne dira pas quels sont les types d'objets qu'il confectionne pour la famille impériale japonaise. *"Le contenu de ces commandes reste entièrement confidentiel,* sourit-il. *La seule chose que je peux dire est que ce sont des pièces uniques, réalisées dans un bois particulièrement précieux."*

JOHANN FLEURI

PAR L'AUTEUR DE « JE VAIS BIEN, NE T'EN FAIS PAS »

ISABELLE CARRÉ

LE CŒUR RÉGULIER

UN FILM DE VANJA D'ALCANTARA

心の静寂

D'APRÈS LE ROMAN D'OLIVIER ADAM « LE CŒUR RÉGULIER », ÉDITIONS DE L'OLIVIER



Tokushima,

nature sauvage et apaisante

C'est à la pointe Est de Shikoku, dans la préfecture de Tokushima que le Japon serait né. En effet, un mythe shintoïste rapporte que l'île d'Awaji, créée par les dieux Izanami et Izanagi, serait la première des 6852 îles japonaises. On comprend alors pourquoi ici, la nature s'exprime avec tant d'emphase.

Photos & texte : Johann FLEURI

Forêts, montagnes, rivière, courants. Celui qui n'a jamais mis le pied à Shikoku se sent soudain tout petit devant la luxuriance de cette vie sauvage. Awaji donne définitivement le ton des paysages naturels qu'offre Tokushima. Située entre Honshu et Shikoku, Awajishima permet une liaison entre les deux îles par la route grâce à ses ponts, Akashi-Kaikyo et Onaruto. Cette petite île de 592km^2 est réputée pour son bœuf et ses oignons d'excellente qualité : c'est une sorte d'oasis sauvage, baignée par la mer Intérieure.



Toujours à l'entrée de la préfecture de Tokushima, les énergiques courants contraires de la mer intérieure de Seto forment soudain les impressionnants tourbillons de Naruto qu'il est possible d'observer depuis le pont routier ou d'un bateau. Une expérience unique et très impressionnante.

La ville de Tokushima est accessible en deux heures de bus depuis Osaka. Capitale de la préfecture, 260 000 habitants y résident. Au Japon, la ville est connue pour être le point de départ du célèbre chemin de pèlerinage « Shikoku Ohenro ».

Tokushima, est la ville où a étudié le Prix Nobel Shuji Nakamura, créateur des LED bleues. Dans l'assiette, c'est une variété de poissons et de légumes aux saveurs exquises, sans oublier ses nouilles de blé (*râmen*) ou de sarrasin (*soba*), ni ses algues *wakame*. Une discipline artistique définit également la région : l'Awa-odori. On dit que tous les habitants de cette préfecture aiment danser, battant le vent avec les bras et avançant à petits pas, sur deux temps.

A Tokushima, la nature est sauvage et apaisante à la fois. Propice à la détente, la rivière Yoshino s'écoule doucement dans la vallée d'Iya, au rythme des saisons. Croisières en bateaux et rafting sont au programme dans une eau pure et translucide. Le soir venu, les *onsens* (sources thermales) des gorges d'Oboke-Iya sont délicieux. Les sources



chaudes des lieux sont connues pour leurs vertus médicales depuis la venue de l'Empereur Antoku. L'hôtel Iya-Onsen possède d'ailleurs son propre train à crémaillère qui permet d'accéder à un bain extérieur lové dans le lit de la rivière. Ici, confortablement prélassé dans l'eau chaude, la nature s'offre à la vue et reprend ses droits : il n'est pas rare de voir passer au loin un sanglier, une biche ou un blaireau, surtout aux premières heures du matin.

Encaissé dans la montagne, à la jonction des rivières Iya et Ochiai, le temps semble figé aux périodes Nara et Kamakura. Les habitants du village partagent volontiers leurs habitudes avec les visiteurs de passage notamment un repas familial qui consiste à faire griller du poisson, tofu et autres légumes sur une pierre sous laquelle est confectionnée un feu. Posés à même la roche, arrosés de bouillon, bordés de pâte miso et mijotés pendant des heures, ce plat rustique est un délice. Les habitants proposent également des hébergements en maisons traditionnelles en toit de chaume, avec vue sur la montagne, à couper le souffle.

Enfin, Tokushima valorise les arts folkloriques traditionnels à l'instar du théâtre de marionnettes "*ningyô-jôruri*" (Awa Jurobe Yashiki) ainsi que de nombreux savoir-faire locaux : qu'il s'agisse de la fabrication de papier artisanal japonais (*washi*), de teintures indigos extraites de la fleur « *ai* », mais aussi de saké (*nihon-shu*). Bienvenue à Tokushima.

LE BERCEAU DE *l'Awa-odori*

La danse d'Awa (Awa-odori) est pratiquée dans toute la préfecture depuis plus de 400 ans. Plusieurs théories existent concernant l'origine de la danse : la première serait qu'elle est née lors des célébrations d'inauguration du château de Tokushima en 1587, alors qu'Hachisuka Iemasa avait offert abondance de saké à la foule qui s'est alors mise à danser.

Extrêmement populaire au Japon, la version locale du Bon-odori festival attire plus d'1 million de participants à la mi-août. La danse se pratique sur plusieurs scènes mais aussi un peu partout dans les rues et dans d'autres villes environnantes de la préfecture (Awaji, Miyoshi, Naruto).

Pour permettre à ses habitants de danser toute l'année, la ville de Tokushima est également équipée de son propre théâtre où il est possible d'assister à des spectacles tout les jours et même de s'initier à cette danse traditionnelle dans une ambiance survoltée.



Pratique

L'Awa Odori Kaikan propose des représentations chaque jour, excepté le second mercredi de chaque mois et au Nouvel an.

www.awaodori-kaikan.jp

Le festival d'été a toujours lieu du 12 au 15 août 2016.

Cuisine entre mer et montagne

Jouissant de produits du terroir mais également des richesses de la mer, Tokushima possède une très grande variété de mets, plus délicieux les uns que les autres. Les sushis et sashimis de *sawara* sont excellents, tout comme le bœuf ou le poulet d'Awa. La pureté de l'eau de la rivière offre une qualité de riz optimale et par conséquent, un saké des plus délicats. Pour les gourmands, un détour à l'Italian Gelat Dolce de Tokushima est inévitable : les parfums des crèmes glacées, confectionnées le matin même, changent chaque jour et sont tous divins. A l'instar du *matcha*, de la fraise ou du *satsumaimo* (patate douce).





Ohenro

Tokushima marque le point de départ de "Shikoku Ohenro" avec le temple Ryozen-ji. C'est ici que les pèlerins (*ohenrosan*) s'équipent de la tenue traditionnelle avant de se lancer sur les 1300 kilomètres qui les attendent. Le chemin défile au rythme de 88 temples sacrés édifiés, tantôt dans une falaise, tantôt dans une montagne, dans les quatre préfectures de Shikoku. Avec ses 23 temples, Tokushima symbolise l'Eveil de l'esprit du Bouddha. Vivifié par les eaux purifiantes de la préfecture, le pèlerin peut partir serein. Quittant petit à petit un environnement urbain pour le parc forestier de Kamiyama avant de regagner la mer et son littoral au temple n°18.



Artisanat et culture populaire

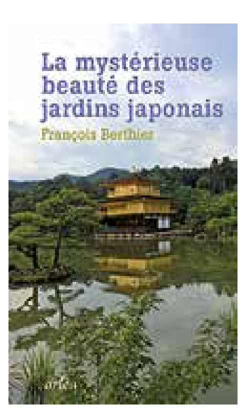
A Shikoku, la population est fière de son artisanat local. Des techniques de savoir-faire traditionnel japonais sont perpétuées afin de ne pas tomber dans l'oubli. Dans la ville d'Aizumi, Mr Abe travaille l'indigo comme cela se pratique depuis 2000 ans. Dans le musée qui jouxte son atelier, on présente les outils mais aussi les grands maîtres japonais de cette technique de teinture. C'est le seul musée de ce type au monde. "*Autrefois, les teinturiers plongeaient les mains à même le produit, chauffé à 70° C afin de connaître le moment idéal pour le retirer*" explique Mr Abe désignant une photo de sa main aux doigts bleuis. L'atelier propose également aux visiteurs de réaliser leurs propres pièces.



Plus d'informations sur Tokushima : www.awanavi.jp

ESSAI Une façon d'élargir son horizon

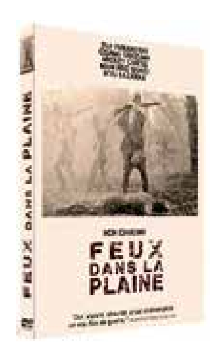
Grand spécialiste de l'art japonais, François Berthier fut l'un des grands professeurs à l'Institut national des langues et civilisations orientales. Parmi ses terrains de recherches figuraient les jardins japonais. Les éditions Arléa ont pris l'heureuse initiative de publier un recueil de ses articles sur la question, permettant ainsi à un public plus large de découvrir l'étendue de ses connaissances sur le sujet. Comme il le rappelle, l'art des jardins est ancien au Japon puisqu'il remonte au moins au Ve siècle de notre ère. Cet intérêt pour ce lieu d'agrément s'explique en grande partie par le fait que les Japonais l'ont toujours considéré comme *"un champ spirituel où l'homme peut se fondre dans la nature"*. François Berthier nous prend par la main et nous entraîne dans cet univers tellement éloigné de nos conceptions avec une simplicité déconcertante. Le fameux jardin de pierres du Ryôan-ji se révèle ainsi au lecteur qui pourra ainsi mieux l'appréhender le jour où il aura la chance de le visiter. Un ouvrage indispensable pour tous les voyageurs qui veulent dépasser la dimension contemplative de ces magnifiques endroits encore nombreux au Japon.



La mystérieuse beauté des jardins japonais, de François Berthier, Arléa, 17 €

DVD Ichikiwa Kon part en guerre

Adapté du roman d'Ooka Shôhei, *Feux dans la plaine*, sorti en 1959, est le 36e long-métrage d'Ichikawa Kon, cinéaste qui connaîtra la consécration en étant choisi pour réaliser le film officiel des Jeux olympiques de Tôkyô cinq ans plus tard. En attendant, il propose une œuvre choc qui aborde de front la guerre dans sa dimension la moins glorieuse pour le Japon. Et il le fait avec un talent immense. Aucune concession n'est faite à cette armée impériale en déroute. Son objectif atteint est de montrer clairement à quel point la guerre est une horreur.



Feux dans la plaine d'Ichikawa Kon. Version remastérisée en haute définition. Noir et blanc. 108 mn, Rimini Editions. En DVD et en Blu-Ray.

CINÉ-CLUB Rendez-vous avec l'histoire à Vichy

Plus de 70 ans après la fin de la Seconde Guerre mondiale, Japonais et Russes n'ont toujours pas signé de traité de paix. Pour en comprendre les raisons, rendez-vous le 12 avril à 20h30.



Cinéma Étoile Palace, Centre commercial des quatre chemins, 35 rue Lucas 03200 Vichy, www.rendezvousaveclejapon.fr

HUMEUR par Koga Ritsuko

La touche française

Je rêvais d'être entourée d'objets français, comme ceux que je voyais au Japon dans des magazines qui présentaient la vie ordinaire des Parisiens : sac à dos violet, drap rouge, vase en verre carré, épices dans des bocaux stylisés… Ayant grandi avec des draps blancs, l'idée selon laquelle "le drap est blanc ou il peut être légèrement coloré en bleu ou en rose" était une évidence comme "la banane est jaune". Alors, en voyant des draps rouges, verts ou même noirs, cela m'a fait penser que les Français avaient des goûts artistiques révolutionnaires! Sinon, dans ma ville natale, il y avait peu d'objets authentiquement français, même si je fréquentais des boutiques d'inspiration française. C'était un plaisir d'y acheter de jolis agendas, on pouvait lire des phrases écrites en français sur la couverture (que je ne comprenais pas), par exemple : "la vie Paris", "rendez-vous de la papier de la qualité".

En arrivant ici, j'ai cherché des cahiers pour mes cours de langue. Mon baptême fut décevant : ils étaient tous de couleurs unies, au mieux un peu dégradées, le seul motif était le logo d'Oxford. Rien de très révolutionnaire !

Néanmoins, les objets pour la maison étaient différents. Chez IKEA, j'ai trouvé de jolis objets modernes, colorés, sophistiqués et pas chers. Pendant longtemps, j'étais persuadée que ce magasin était français. Aujourd'hui, n'ayant pas beaucoup de temps pour sortir, je fais plutôt mes achats sur Internet. Il y a trois mois, j'ai commandé un produit d'une marque française auprès d'un spécialiste d'électroménager connu pour son contrat de confiance. Résultat : je n'ai toujours pas reçu le colis, ni le remboursement, ni même de réponse. Le mois suivant, j'ai commandé le parfum d'une grande marque française sur son propre site. Pas de livraison. Au bout de deux appels et de deux courriels, on m'a "poliment" annoncé que la commande n'avait pas été passée à cause d'un problème interne. Décidément, pour acquérir des produits français, il faut être prête à accepter la *French touch* !

LIVRE Wagô Ryôichi, poète résistant

Cinq ans après le 11 mars 2011, les éditions Erès publient son magnifique recueil écrit dans les heures qui ont suivi la tragédie.

Avant le séisme du 11 mars, je m'intéressais principalement à l'histoire, à la technique et à la conception de la poésie. Mais après tous ces événements tragiques, mon intérêt s'est naturellement tourné vers la société. Ne devais-je pas écrire sur le quotidien du Japon et de Fukushima qui constituent des sujets sans fin ? me suis-je demandé. Il était aussi très important pour moi de donner un caractère documentaire à mon œuvre". C'est en ces termes que WAGO Ryôichi s'était confié à *Zoom Japon* (voir *Zoom Japon,* n°14, octobre 2011) quelques semaines après les tragiques événements du 11 mars 2011. Originaire de Fukushima, le poète s'est rendu célèbre dans les jours qui ont suivi la catastrophe par la publication via Twitter de ses textes. Ceux-ci rendaient compte à la fois de la crise nucléaire à laquelle le Japon était confronté, mais aussi et surtout de son état d'esprit face à cette situation sans précédent. Une façon d'informer et d'alerter le reste de la population pour qu'elle n'oublie pas et qu'elle continue à manifester son intérêt pour la région frappée par un séisme, un tsunami et un accident nucléaire. En l'espace de quelques semaines, WAGO Ryôichi a publié des centaines de poèmes sur Twitter, suscitant une grande émotion. Repris sous forme d'ouvrages, ils ont connu un retentissement important dans l'archipel, car l'homme évoquait avec simplicité et justesse une réalité que les médias rapportaient avec la froideur qui les caractérise souvent. Il voulait



Jérémie Souteyrat pour Zoom Japon

également réagir face à l'attitude du gouvernement. *"L'accident à la centrale de Fukushima Dai-ichi a clairement montré que la pratique du mensonge d'Etat qui était la caractéristique du Japon pendant la guerre n'a absolument pas changé. J'ai donc bien l'intention, en tant que poète, de combattre ce mal qui semble si profondément enraciné dans notre société",* nous expliquait-il tandis qu'il composait jour et nuit des poèmes qu'il publiait ensuite sur les réseaux sociaux.

Pas étonnant qu'il ait intitulé son premier recueil *Jets de poèmes (Shi no tsubute). "Dans ma cellule solitaire, ma seule pensée était que ma propre vérité se trouvait dans les mots, et uniquement dans les mots",* écrit-il dans la préface de cet ouvrage enfin traduit en français et avec le brio qu'on lui connaît par Corinne Atlan aux éditions Erès. WAGO Ryôichi a en effet réussi à amener ses contemporains à prendre davantage en considération l'écrit au moment où les images prennent de plus en plus de place dans notre façon de nous informer. *"Mon travail publié juste après le séisme a contribué à relancer le débat sur le poids des mots dans notre société alors que celui-ci avait pratiquement disparu ces dernières années",* confirme-t-il. Car après tout, le poison qui s'est échappé de la centrale de Fukushima est invisible. La radioactivité ne se voit pas, mais elle est omniprésente. *"Les radiations tombent toujours, alors je suis resté confiné chez moi aujourd'hui. Sans parler à personne, sans penser à rien",* écrit-il le 17 mars 2011. Grâce à ses textes courts, on partage le quotidien que des centaines de milliers d'autres individus ont également vécu. Il y a des hauts et des bas. Mais l'homme parvient toujours à reprendre le dessus. *"Fukushima en proie au désastre, je t'ensevelirai sous les mots. Je ne me laisserai pas abattre",* lance-t-il le lendemain alors qu'il se sent prisonnier de cette ville d'où il est impossible de sortir. *"Plus d'endroit d'où partir en voyage, plus d'endroit pour aller et venir de l'extérieur, plus d'endroit pour revenir. L'horloge reste arrêtée sur 2h46",* constate-t-il. La vie semble s'être figée tandis qu'*"il pleut des radiations. La nuit est silencieuse, silencieuse",* ajoute WAGO Ryôichi près d'un mois après le séisme. On perçoit à travers ces phrases que la rupture n'est pas loin, mais le poète parvient à résister. *"Il n'est pas de nuit sans aube",* écrit-il le 26 mai pour achever ce *Jets de poèmes* qui ne constitue qu'une première étape dans le travail de reconquête qu'il entend accomplir. Dans *Shi no kaikô* [Rencontres poétiques, éd. Asahi Shimbun, 2011, inédit en français], autre recueil qu'il publie juste après celui-ci, WAGO Ryôichi a poursuivi son œuvre en collectant des témoignages et en exprimant sa résolution *(ketsui)* de reprendre possession de Fukushima. En dépit de la situation et de moments à la limite de la rupture, il ne baisse jamais les bras. *"Non, jamais je ne vendrai mon âme de poète",* exulte-t-il avant d'écrire plusieurs fois en gros caractères *"Ecrire des poèmes".* Voilà pourquoi il faut lire *Jets de poèmes,* car il s'agit en définitive d'une magnifique leçon de courage et de résistance face à l'adversité. Merci à l'éditeur toulousain de nous la proposer en français.

ODAIRA NAMIHEI



RÉFÉRENCE

Jets de poèmes : dans le vif de Fukushima, de WAGÔ Ryôichi, trad. par Corinne Atlan, Editions Erès, 2016, 25 €.

ART Triennale de Setouchi, c'est reparti

Plus d'un million de visiteurs sont attendus dans les îles de la mer Intérieure qui célèbrent l'art contemporain.

Le dôme géant est l'une des pièces majeures du grand rendez-vous triannuel. L'œuvre aura nécessité quelque 5 000 bambous minutieusement tressés à la main, en un temps record. Début mars, son concepteur, l'artiste taïwanais Wang Wen-chih a fait le déplacement sur l'île de Shôdoshima, pour achever lui-même la sculpture. Alors qu'il ne reste que deux semaines avant l'ouverture du festival, l'homme était fébrile. *"Il reste beaucoup de travail et peu de temps, il va falloir se dépêcher"*, explique-t-il tout en continuant de se diriger vers Nakayama où se trouve l'installation et en donnant des directives à l'équipe qui l'entoure.

Wang Wen-chih participe pour la troisième fois à la Triennale de Setouchi. Sa structure en bambous a été baptisée "Olive dream", clin d'œil à l'île qui l'accueille si chaleureusement depuis 2010 et dont l'économie repose à 60 % sur la culture du fruit oléagineux. *"J'ai un coup de cœur pour cet endroit. Lorsque je suis venu la première fois ici, je ne connaissais pas le Japon. Les gens ont été si gentils et généreux. Ils ont partagé leur histoire, leur culture, leurs paysages. Il y a un sens de la communauté très fort que j'admire beaucoup. J'ai été très touché"*, assure-t-il.

A travers son "rêve d'olive", il leur rend hommage. *"Cette fois, j'ai imaginé un dôme tout rond, comme une olive. Lorsque les visiteurs entreront à l'intérieur, j'aimerais qu'ils se sentent heureux. Sereins. Débarrassés du stress du quotidien. Le centre de la sculpture est le cœur de l'olive. J'espère que les visiteurs entendront leur propre cœur battre à l'unisson avec le dôme"*, ajoute-t-il.



Johann Fleuri pour Zoom Japon

L'artiste taïwanais Wang Wen-chih participe pour la troisième fois à la Triennale de Setouchi.

On a beau être en mars, le soleil chatouille les épaules. Shôdoshima a ce parfum qui rappelle la Provence et son climat méditerranéen de manière assez troublante. Tout à coup, le rythme se ralentit. On retire son gros manteau qui devient superflu et on prend le temps de vivre. C'est sans doute cette douceur qui a donné envie à Patrick Tsai de sauter le pas et de quitter Tôkyô où il vivait depuis six ans pour s'installer à Shôdoshima en septembre 2014. Ce jeune homme d'origine taïwanaise est né aux Etats-Unis. Il est arrivé au Japon, dans le cadre d'un projet artistique en 2012. Photographe, il endosse également à Shôdoshima, le rôle de professeur d'anglais et de guide touristique à l'occasion. Un vrai couteau suisse. Avec le festival qui approche, il a du pain sur la planche.

"Je me plais beaucoup ici, j'ai été extrêmement bien accueilli. Au départ, je dois avouer qu'il est plus difficile de s'installer dans une si petite île que dans une grande métropole, mais j'ai le sentiment que cela m'a rendu plus fort", confie-t-il. C'est justement dans le cadre du festival qu'il a découvert l'endroit pour la première fois. C'était en 2013. *"Mon séjour avait alors duré cinq semaines dans le cadre d'une mission pour le travail. J'y ai rencontré des gens si chaleureux que cela a provoqué un déclic."* Il a alors quitté l'agence de publicité qui l'employait pour rejoindre la petite communauté.

Cette fois, il est de l'autre côté de la barrière. C'est lui qui s'apprête à accueillir les visiteurs ainsi que les artistes de l'édition 2016 du festival. *"La communauté d'artistes locaux est importante à Shôdoshima. Nous sommes tous très solidaires et beaucoup profitent de l'exposition de la Triennale pour donner à leurs projets une audience internationale. C'est très motivant."*

INFOS PRATIQUES

Setouchi Triennale 2016. La session de printemps s'achève le 17 avril. En été, elle se déroulera du 18 juillet au 4 septembre. Celle de l'automne aura lieu du 8 octobre au 6 novembre.
Pour en savoir plus, http://setouchi-artfest.jp/en/

2016 marque la troisième édition de la Triennale d'art contemporain Setouchi. En 2010, lors de la première édition, sept îles de la mer Intérieure de Seto, enclavée entre Shikoku et Honshû, y avaient participé. En 2013, elles étaient douze et avaient accueilli plus d'un million de visiteurs sur les trois temps forts organisés dans l'année (printemps, été, automne).
Cette année, les équipes sont mobilisées pour proposer des visites ou performances étalées sur 108 jours au total. Pour l'édition 2016, les organisateurs ont choisi d'installer les œuvres sur les 14 lieux qui ont fait le succès de 2013 : Naoshima, Teshima, Megijima, Ogijima, Shôdoshima, Ôshima, Inujima, Shamijima (printemps seulement), Honjima (automne), Takamijima (automne), Awashima (automne), Ibukijima (automne), le port de Takamatsu et enfin le port d'Uno. Plusieurs jours sont nécessaires si l'on veut visiter l'intégralité des lieux répartis sur les différentes îles participantes au gré des saisons. Au printemps, une première vague d'installations a été dévoilée. Mais le grand temps fort reste l'été, le climat maritime dont jouissent ces îles est particulièrement agréable et se prête parfaitement à une pérégrination artistique. Les îles de la mer Intérieure n'en sont pas à leur première expérience en matière d'art contemporain et d'architecture. En plus de ce grand rendez-vous, elles proposent tout au long de l'année des musées qui font partie des plus réputés du pays (Teshima, Naoshima).
Parmi les œuvres à découvrir, le pavillon de Naoshima, un bijou d'architecture, achevé l'année dernière par FUJIMOTO Sou (voir notre supplément *Les 50 qui font le Japon de demain,* mars 2013, pp. 92-93) . La créatrice de mode KOSHINO Junko animera des ateliers à Shôdoshima. A Ogijima, l'artiste brésilienne, Regina Silveira, s'interrogera sur les notions d'espace tandis que OTAKE Shinro s'appropriera une usine d'aiguilles abandonnée de Teshima. A travers une grande exposition, l'île de Megijima s'intéressera à un savoir-faire local, celui des bonsaïs dont la préfecture de Kagawa est la principale productrice du Japon.
La Triennale met également l'accent cette année sur les spécialités culinaires locales. La petite île de Teshima (900 habitants) organise à nouveau sa Shima kitchen, une grande fête où les habitants invitent les visiteurs de passage à partager des plats locaux. Une surprise attend ceux qui fêteront leur anniversaire le mois de leur visite. Pour ceux qui souhaitent prolonger l'expérience, plusieurs familles de l'île proposent des logements chez l'habitant.
Cinq artistes indiens collaboreront avec des équipes japonaises au "Shôdoshima-chô future project" dirigé par TSUBAKI Noboru. L'idée est de réfléchir, explorer et inventer des moyens de relancer l'économie locale. La vitrine offerte par le festival est aussi l'occasion pour les élus locaux d'exprimer leurs inquiétudes quand à l'avenir de leurs îles rurales.
"Au cours de leurs histoires, chacune de ses îles, idéalement situées au centre d'un commerce maritime important, a pu s'enrichir de nouvelles cultures et créer une identité particulière et unique en son genre, rappelle SHIOTA Yukio, maire de Shôdoshima. *Malheureusement, aujourd'hui, à cause du vieillissement de la population et de l'exode des jeunes vers les grandes villes, nos îles sont en train de mourir. En continuant d'organiser cette Triennale, nous avons l'espoir de redynamiser le secteur et de donner envie aux personnes qui visitent notre région de s'intéresser à son histoire, son patrimoine, sa culture. Pour que la mer de Seto, devienne une mer d'espoir pour le monde." "Nous avons besoin de nous ouvrir davantage à l'international. Nos enfants ont besoin de parler anglais",* ajoute SHIOTA Yukio. De son côté, Patrick Tsai en a bien conscience. Il sait que l'on attend beaucoup de lui à ce sujet, mais il prend son rôle à cœur et ne regrette pas ses choix. *"Je suis fier de promouvoir les charmes de cette île. J'ai reçu beaucoup de Shôdoshima, c'est naturel pour moi de vouloir rendre en retour."*

JOHANN FLEURI


Johann Fleuri pour Zoom Japon

Tous les trois ans, les îles de la mer Intérieure se transforment en de vastes chantiers culturels.

CINÉMA Les années 1960 revisitées

Dans un brillant essai consacré à une période cinématographique très chargée, Mathieu Capel met les points sur les i.

Fin connaisseur du cinéma japonais et désireux d'offrir aux lecteurs francophones un ouvrage qui dépoussière la manière de présenter le 7è art nippon, Mathieu Capel a réussi son pari avec son *Evasion du Japon : cinéma japonais des années 1960* (éd. Les Prairies ordinaires). Non seulement il revisite avec force et clarté cette importante période sur le plan cinématographique, mais il donne de nombreuses clés pour saisir les transformations sociales dans l'archipel et le contexte. Grâce à ce remarquable travail, on découvre que ce qu'on a baptisé la nouvelle vague japonaise, en référence à celle qui prévalait en France, ne se résumait pas au simple désir d'en finir avec le cinéma de papa, c'est-à-dire de remettre en cause le système des studios. *"Aussi faut-il retenir tout jugement qui décrirait trop rapidement les "enfants terribles" de la nouvelle génération comme iconoclastes ou parricides. Et à contre-pied des anathèmes, interroger les raisons qui les conduisent à se désolidariser de figures [les cinéastes d'avant] si importantes"*, écrit Mathieu Capel. Les cinéastes qui tentaient alors d'exister cherchaient avant tout à proposer un autre regard sur la société en lui substituant un nouveau modèle. Cette lecture du cinéma japonais des années 1960 nous permet de revoir de nombreux films avec une approche différente et bien plus intéressante que le simple parti pris esthétique imposé par la plupart des critiques. Dès lors, on comprend mieux le titre de son ouvrage *Evasion du Japon,* lui-même inspiré par le film éponyme de YOSHIDA Kijû, grande figure du cinéma de l'époque. Nous avons rencontré Mathieu Capel. Il est revenu sur son parcours qui l'a conduit à écrire ce livre qui marque un tournant dans les études cinématographiques consacrées au Japon.



DR

KIMURA Naho dans Purgatoire Eroïca (Rengoku eroika, 1970) de YOSHIDA Kijû.

Qu'est-ce qui vous a conduit vers le cinéma japonais ?

Mathieu Capel : C'est la découverte des films de YOSHIDA Kijû lors d'une rétrospective organisée à La Rochelle en 1997, je crois. Je travaillais alors sur Pasolini. Le cinéma japonais ne m'était pas étranger. J'avais vu en salles des films de KUROSAWA Akira, KOBAYASHI Masaki ou encore KITANO Takeshi. Il y avait un terrain sensible sans doute, mais ce sont les œuvres de YOSHIDA qui ont servi de déclencheur. J'étais aussi à un moment charnière dans mon parcours professionnel et cette rencontre est finalement tombée à un moment propice. Il y a comme une espèce de syndrome de Stendhal avec une date que l'on peut retrouver au jour près.

Vous parliez déjà japonais ?

M. C. : Pas du tout. J'ai mis assez longtemps à m'y mettre. Comme j'étais dans un champ disciplinaire assez particulier, celui des études cinématographiques, on se dit souvent que l'on peut travailler sur des films sans en connaître forcément la langue puisqu'il existe de nombreuses œuvres disponibles en version sous-titrée. C'était le cas pour de nombreux cinéastes japonais comme OZU Yasujirô ou KUROSAWA Akira. Mais pas pour YOSHIDA. J'ai tout de même travaillé dessus pendant trois ou quatre ans sans parler un traître mot de japonais jusqu'au moment où je me suis dit que je n'arriverai à rien sans connaître cette langue. Ça a été assez tardif, mais je l'ai fait. C'est en travaillant sur ma thèse

que je me suis lancé dans l'étude de la langue.

Votre ouvrage porte sur le cinéma des années 1960. Ce choix est-il seulement lié à votre intérêt pour YOSHIDA ?

M. C. : Je me suis rapidement rendu compte que si je voulais qu'on s'intéresse à YOSHIDA et qu'on le reconnaisse, car au fond je souhaitais qu'on arrête de toujours parler d'ÔSHIMA Nagisa, il était indispensable de revaloriser les films de chacun des cinéastes de cette époque. Je me suis donc littéralement plongé dans cette période cinématographique à la découverte des œuvres de tous ces cinéastes sans réellement savoir ce que j'y trouverai et ce que j'en ferai. A la même époque, je découvrais également des ouvrages comme celui de KARATANI Kôjin sur la littérature japonaise moderne. Il évoquait des espaces discursifs qui se succédaient dans l'histoire de la littérature, certains d'entre eux par exemple faisant un retour vers l'ère Taishô (1912-1925). Tout cela m'a beaucoup impressionné et j'ai donc voulu à ma façon appliquer une approche originale à l'égard du cinéma japonais. Cela tenait aussi à une certaine insatisfaction par rapport à ce qui existait déjà sur le cinéma de la période, notamment *Le Cinéma japonais* de SATÔ Tadao [éd. Centre Georges Pompidou], ceux de Donald Richie ou de Max Tessier. Leur approche très thématique ne répondait pas à certaines questions que je me posais. Pourquoi passait-on tout d'un coup d'un cinéma classique, dit d'âge d'or, à un cinéma comme celui d'IMAMURA Shôhei ? Qu'est-ce qui a été décisif ? Quand on lit ces auteurs, on a l'impression que MIZOGUCHI Kenji est le cinéaste des femmes et qu'il est revendicatif pour ça, qu'IMAMURA est aussi un cinéaste des femmes et que c'est également pour cela qu'il est revendicatif, et pour YOSHIDA, on peut aussi dire la même chose, etc. Or les films de ces cinéastes ne se ressemblent absolument pas. Quelle est leur différence fondamentale ? L'approche thématique ne permet pas à mon sens de répondre à cette question. Il fallait à mon sens tenter de trouver une approche différente pour saisir le changement. Et ce qui m'est apparu clairement, c'est la rupture consommée entre le Japon de l'après-guerre et le Japon de la haute croissance économique. Elle explique l'apparition de films très différents.

L'intérêt de votre ouvrage repose aussi sur votre souci de conserver une certaine distance avec le cinéma de cette époque. Vous ne vous êtes pas laissé submerger par la "nouvelle vague" comme d'autres qui ont considéré de façon parfois péremptoire que les œuvres issues de cette période étaient forcément toutes géniales.

M. C. : Même si j'ai un fort tropisme pour un cinéaste comme l'illustre la couverture de mon livre qui reprend une image du film *Purgatoire Eroica* de YOSHIDA Kijû, j'ai essayé de montrer grâce à la lecture de nombreux textes qu'il existait des réseaux, des inimitiés, des rivalités, des débats et que la vision élégiaque du cinéma japonais, de l'indépendance ou de la grande histoire héroïque ne tenait pas. La réalité du cinéma que je découvrais alors ne correspondait plus du tout à ce que j'avais lu auparavant. Je devais donc en rendre compte. Pour cela, il fallait en finir avec certaines légendes comme celle d'un ÔSHIMA claquant la porte de la Shôchiku après *Nuit et brouillard au Japon*. J'ai été moi-même le premier surpris en lisant les mémoires du cinéaste de voir qu'il tempère beaucoup cette histoire. Pour parvenir à ce résultat, il y a aussi une question de méthode sans doute. Je me suis rapidement rendu compte que la plupart des acteurs de cette période ne parlaient pas de la même chose et étaient en profond désaccord. Il ne s'agissait pas d'un simple désaccord entre les cinéastes indépendants et ceux qui étaient restés dans les studios. Si on ne suivait que cette fracture-là, il était impossible de raconter grand chose. Je devais donc fouiller et comprendre ce qui pouvait séparer un Ôshima d'un Yoshida. Que s'était-il passé entre eux. Ils avaient longtemps été inséparables lorsqu'ils étaient assistants avant de devenir des frères ennemis. Une explication était nécessaire et pour la donner, il était nécessaire de se montrer le plus objectif possible en dépit de mon tropisme que je n'ai pas vraiment cherché à dissimuler. J'aurais alors rédigé un portrait à charge d'Ôshima et un panégyrique de Yoshida ? Quel intérêt. Je me serais alors menti à moi-même en affirmant que *Bons à rien* est un bien meilleur film que *Contes cruels de la jeunesse*, ce qui est évidemment faux.

Cette approche que vous dénoncez indirectement est le reflet de cette politique des auteurs que l'on retrouve souvent dans le cinéma.

M. C. : En effet. On a tendance à penser qu'un cinéaste, une fois qu'il a été "élu", ne produit que des œuvres de premier ordre. C'est loin d'être le cas. C'est une approche qui dessert bien des auteurs. Je pense, par exemple, à NAKAHIRA Kô. Son film *Getsuyobi no yuka* est sensationnel, mais il y a peu de chance qu'on en parle, moi-même je ne le fais pas, parce que NAKAHIRA a réalisé beaucoup de mauvais films. C'est dommage. La politique des auteurs, c'est bien, mais je crois que la politique des films a aussi ses avantages. Dans le travail de recherche entrepris pour cet ouvrage, j'ai apprécié de me retrouver parfois confronté à des situations où je devais revoir ma conception à l'égard du travail de certains cinéastes. Cela ne collait pas et il fallait reprendre l'analyse autrement. C'est quelque chose que je trouve très stimulant. Le résultat peut parfois décontenancer car cela peut donner l'impression d'être confus. Mais en définitive, le lecteur peut mieux appréhender cette période cinématographique si riche en rebondissements.

PROPOS RECUEILLIS PAR
GABRIEL BERNARD

RÉFÉRENCE

Evasion du Japon, cinéma japonais des années 1960, de Mathieu Capel, éd. Les Prairies ordinaires, 22 €



DESSERT Le printemps ramène sa fraise

Au printemps, les rayons des supermarchés et des pâtisseries se mettent à l'heure de ce fruit rouge que les Japonais aiment par-dessus tout.



En haut : Puku puku Tai Ichigo, Koara no march, Pocky tsubutsubu ichigo, Double deep strawberry. En bas : Melon pan à la fraise, gâteau aux fraises, Pretzel Hello Kitty fraise

Ritsuko Koga pour Zoom Japon

Au Japon, lorsque l'hiver s'achève et que la douceur se fait de nouveau ressentir, les fraises apparaissent au rayon fruits du supermarché. Chez les pâtissiers ou dans les restaurants des hôtels se déroulent "la foire aux fraises" au cours de laquelle on présente différentes variantes de desserts à base de ce fruit rouge. Dans les campagnes, c'est la cueillette qui débute. La fraise est le roi des fruits d'avril à mai. Même si, dès octobre, grâce à la culture sous serres très répandue dans l'archipel, on peut en trouver facilement au marché. Il existe aujourd'hui plus d'une centaine de variétés avec chacune son nom. Dans l'est du pays, les plus populaires se nomment "Nyohô" et "Tochiotome" car elles viennent de la préfecture de Tochigi. Dans l'ouest, on les appelle "Toyonaka" et "Mao". Elles proviennent de Fukuoka. Contrairement aux pratiques dans les marchés français, au Japon, les fraises ne sont pas empilées sous forme de pyramide et servies avec une pelle. Elles sont toujours vendues dans une barquette où elles sont soigneusement alignées. Pour cette princesse, les critères de sélection sont très stricts. Elle doit être belle et brillante. Le prix moyen varie de 400 et 600 yens par barquette de 300g, sauf si celles-ci portent un grand nom. Une "Mikagi ichigo", originaire de la préfecture de Miyagi, coûte 1 000 yens l'unité. La "Bijinhime", originaire de Gifu, est un joyau de 80 grammes dont le coût impressionnant avoisine les 50 000 yens la fraise. C'est pour cette raison que sur les étals, on les appelle "bijoux pour se régaler".
En France, le fraisier est la pâtisserie de référence, pour les Japonais, c'est l'*ichigo no shôto kêki* (shortcake aux fraises) que tout le monde apprécie ! C'est presque une icône du pays, il décore toute l'année la vitrine des pâtissiers. Avant la culture de la fraise sous serres, on utilisait celles qui provenaient d'Amérique. Le *wagashi*, pâtisserie japonaise traditionnelle, respecte quant à lui le rythme des fruits de saison. L'*ichigo daifuku* est une pâte de riz enrobant une fraise recouverte d'*an* (pâte de haricots rouges). On ne peut le déguster qu'au printemps. Il anime les vitrines de saison avec un autre *wagashi* : le *sakura mochi*, un gâteau de riz avec des feuilles de cerisier enveloppant l'*an*. Au *konbini*, cette supérette ouverte 24h / 24, la saison des fraises prend des formes variées avec des choux à la crème ou des éclairs aux fraises, des crêpes à la confiture de fraise ou encore du gâteau roulé à la chantilly et aux fraises. Même le Pocky, l'équivalent du Mikado en France, n'est pas en reste avec une version *kawaii* au chocolat rose incrustés de morceaux de fraise.

MAEDA HARUYO & KOGA RITSUKO

POUR ACHETER

KIOKO www.kioko.fr
46, rue des Petits Champs 75002 Paris
- Meito *Pukupuku Tai Ichigo* 2,05 €
- Lotte *Koara no march* fraise 3,25 €

AKI boulanger akiboulanger.com
16 rue Sainte-Anne 75001
- Gâteau aux fraises 4,30 €
- *Melon pan* à la fraise 2,20 €

SATSUKI www.satsuki.fr
37, avenue Lacassagne 69003 Lyon
- *Mochi* à la fraise 1,89 €
- *Mochi* à la fraise et au lait concentré 3,00 €
- Limonade japonaise *Ramune* fraise 2,20 €

K-mart Opéra
8 rue Sainte Anne 75001 Paris
- Glico Pocky *tsubutsubu ichigo* 2,00 €
- Pretzel Hello Kitty fraise 1,20 €
- Double deep strawberry 2,54 €

TORAYA www.toraya-group.co.jp/toraya-paris/
10, rue Saint-Florentin 75001 Paris
- *Sakura mochi* (mars & avr.) 5,50 € (prix à emporter)

LA RECETTE DE HARUYO

ICHIGO DAIFUKU
(Fraise dans sa robe blanche)



PRÉPARATION

1 - Enlever le calice des fraises.
2 - Enrober la fraise avec l'*an* (10 g environ)



3 - Dans un bol, mélanger la farine de riz gluant, le sucre et l'eau.
4 - Recouvrir d'un film plastique, puis cuire au micro-ondes (600 W) pendant 3 minutes.
5 - Mélanger, puis recuire pendant 2 minutes jusqu'à ce que la pâte devienne translucide.
6 - Verser dans un plat avec la fécule.
7 - Diviser la pâte en 12 avec des ciseaux.
8 - Envelopper la fraise et l'*an* avec la pâte. Bien coller.

Astuce : On trouve la farine de riz gluant dans les épiceries chinoises. L'*an* peut être remplacé par de la crème pâtissière.

INGRÉDIENTS (pour 12 daifuku)

12 belles fraises
200 g d'*an*
160 g de farine de riz gluant
60 g de sucre
180 ml d'eau



Angeles Marin Cabello pour Zoom Japon

Le pont Kintai n'a pas été épargné par les éléments, mais les habitants d'Iwakuni n'ont jamais cessé de le reconstruire selon les plans d'origine.

DÉCOUVERTE Sur le pont d'Iwakuni

Chaque année, quelque 40 000 personnes viennent assister à une fête pas comme les autres dans un cadre fantastique.

Sous le pont de bois, des bateaux à fond plat transportant des passagers sillonnent la rivière comme ils le faisaient il y a plusieurs siècles avant que la population soit autorisée à emprunter le pont. A l'image des gondoles de Venise avec leur toit qui protège du soleil, la longue embarcation glisse doucement sur l'eau tandis que son pilote la manœuvre tranquillement. Cette lenteur et ce cadre intemporel nous feraient oublier que ces eaux tranquilles peuvent à tout moment se transformer en un torrent destructeur.

Il ne s'agit pas d'un pont ordinaire. Vous êtes devant le pont Kintai qui enjambe la rivière Nishiki à Iwakuni, dans la préfecture de Yamaguchi. L'un des trois grands ponts du Japon. Les gens du cru sont tellement fiers de leur pont qu'ils le célèbrent tous les ans le 29 avril. Le Kintai bashi matsuri attire quelque 40 000 personnes chaque année.
Qu'est-ce qui vaut à ce pont d'être si bien considéré? Il y a d'abord sa beauté. Par ailleurs, avec ses cinq élégantes arches construites initialement sans aucun clou et soutenues par trois piliers en pierre, il est le fruit d'une prouesse technique. Mais pour connaître toute son histoire, il faut remonter quatre siècles en arrière, en 1600 quand KIKKAWA Hiroie, premier seigneur d'Iwakuni, a été défait lors de la bataille de Sekigahara.
Banni de son château d'Izumo, KIKKAWA s'est installé à Iwakuni dans la perspective d'y implanter un nouveau château. Il a choisi le mont Shiroyama au bord de la rivière Nishiki, estimant que celle-ci constituerait une excellente défense naturelle. Il donna ordre aux samouraïs de haut rang de bâtir leurs résidences du côté de la rivière où se trouvait le château tandis que les samouraïs de basse extraction et les marchands devaient s'installer en face. C'est ainsi que la ville d'Iwakuni est devenue une ville coupée en deux par la rivière.
C'est toujours comme ça de nos jours. Traverser la rivière pour se rendre sur la rive du château revient à faire un voyage dans le temps. On retrouve les fon-

dations de l'ancienne résidence de la famille Kikkawa dans le parc Kikko qui abrite des musées, des fontaines, d'anciens sanctuaires et des maisons de samouraïs. Il y a également le sanctuaire de la famille KIKKAWA (1884) et le superbe parc Momiji Dani créé à partir de plusieurs jardins de temple et que l'on a surnommé le Kamakura de l'ouest.

Le parc Kikko abrite aussi l'enclos aux serpents blancs. Visibles seulement à Iwakuni, ces adorables créatures sont des trésors nationaux et elles sont considérées comme des messagers de Benzaiten, divinité du Bonheur. De l'autre côté de la rivière se trouve le reste de la ville.

De toute évidence, les deux parties de la ville avaient besoin d'être reliées entre elles d'une manière ou d'une autre. Mais la rivière Nishiki plutôt capricieuse et ses célèbres débordements ont réduit à néant les premières tentatives de construire un pont. Jusqu'au jour où KIKKAWA Hiroyoshi, troisième seigneur d'Iwakuni, a fait son entrée en scène. *"Je veux bâtir un pont indestructible… Soit, je construirai des piliers très solides, soit, je créerai un pont sans aucun pilier"*, déclara-t-il. Il opta pour la première solution et le premier pont Kintai fut terminé en 1673. Malheureusement, une tempête emporta la structure de bois quelques mois plus tard. En 1674, un nouveau pont plus solide encore fut inauguré et tint 276 ans jusqu'au passage, le 14 septembre 1950, du typhon Kijiya qui le détruisit. Les habitants de la ville se rassemblèrent alors pour sauver ce qui restait du pont dont ils étaient si fiers. Ils travaillèrent toute la nuit pour tenter de détourner les eaux en chantant *"Protégeons le pont"*. Mais à 9h40, ils regardèrent impuissants le troisième pilier s'effondrer ainsi que la troisième et la quatrième arches être emportées au même titre que leur rêve de voir un jour leur pont désigné comme trésor national.

En réponse à la tristesse de la population locale, moins d'une semaine plus tard, des plans pour le reconstruire étaient déjà sur la table. Certains parlementaires à Tôkyô suggérèrent de le remplacer par un pont en béton, mais cette idée provoqua la colère des habitants qui voulaient retrouver la construction originale. Finalement, au terme de



Le 29 avril, les Japonaises se mettent sur leur 31.

Angeles Marin Cabello pour Zoom Japon

deux années de travail, c'est leur volonté qui prévalut. En janvier 1953, le pont Kintai, troisième du nom, fut inauguré. Quarante ans plus tard, il fut enregistré comme trésor national.

Les gens de Tôkyô avaient raison sur un point. Une construction en bois serait toujours à la merci des éléments. Mais plutôt que de concevoir une structure plus permanente (une impossibilité puisque les experts avaient fini par reconnaître que les techniques modernes ne pourraient pas le rendre plus solide), la ville d'Iwakuni a trouvé une solution originale qui consiste à transmettre le savoir-faire architectural afin qu'il puisse servir à nouveau. C'est ainsi que les techniques traditionnelles sont transmises d'une génération à l'autre des ingénieurs civils qui peuvent ainsi remplacer les sections usées par le temps par de nouvelles pièces fabriquées à partir de cèdres japonais. Ils utilisent pour cela des techniques qui n'ont guère changé depuis l'ère d'Edo (1603-1868).

C'est en 2002 que s'est déroulée la première rénovation de grande ampleur. Le chantier fut achevé le 20 mars 2004, mais l'année suivante, le pont fut endommagé après le passage d'un typhon particulièrement puissant. L'actuel pont Kintai est donc le quatrième du nom.

Pour revenir à la fête qui le concerne, on est très vite enveloppé par le puissant son des grands tambours qui monte des rives de la Nishiki. De retour au matsuri, le son des tambours géants qui provient des rives de la rivière rappelle le tonnerre avant la tempête. Il annonce le temps fort de la journée : une procession spectaculaire sur le pont qui reconstitue le retour du seigneur local *(daimyo)* après son séjour à Edo imposé par le Shogun pour s'assurer de la fidélité de ses vassaux. C'est magnifique, le daimyo étant accompagné d'une escorte nombreuse et colorée, en costumes d'époque.

On voit alors apparaître des hommes brandissant d'énormes bannières accrochées à de longues perches au bout desquelles se trouvent des gros pompons. D'autres surgissent à leur suite, portant des drapeaux, frappant des tambours, sonnant des cymbales, chantant, portant de grand *tansu* (coffres en bois). Fonctionnaires, prêtres, courtisans, soldats, certains avec des épées de samouraïs, certains avec des arcs et de

Angeles Marin Cabello pour Zoom Japon

L'une des grandes attractions est la séance de tir réalisée par les arquebusiers avec des armes vieilles de plus de 300 ans.

longues flèches ornées, d'autres dans des manteaux dorés marchent et dansent à la fois au milieu de ce pont intemporel. Cette scène rappelle l'une des estampes de Hiroshige tirée de sa longue série des *Cinquante-trois stations de la route du Tôkaidô*. Leur passage se déroule à un rythme qui rappelle celui du théâtre Nô comme si l'on voulait nous faire l'éloge de la lenteur. Au bout de près d'une heure, apparaissent alors le seigneur et sa femme entourée de ses dames d'honneur dans de superbes kimonos. Leur arrivée annonce la fin de la procession.
C'est alors que les gens peuvent emprunter le pont et le traverser. Pendant 195 ans, seuls le daimyô et ses vassaux pouvaient passer par le pont, les autres mortels devaient se contenter de prendre le bateau pour aller sur l'autre rive. Ce n'est qu'en 1868 que tous les citoyens furent autorisés à l'utiliser. De nos jours, après s'être acquitté d'un péage de 300 yens, n'importe qui peut le traverser, mais cela ne nous empêche pas d'avoir l'impression de se sentir privilégié de pouvoir le faire.
Une fois la procession terminée, ils sont des centaines de touristes à s'y croiser. Et lorsqu'on demande si le pont peut supporter un tel poids, un guide local bénévole nous répond qu'il ne faut pas s'inquiéter. *"Il a été conçu pour être plus solide à mesure que le poids augmente"*, assure-t-il. A l'instar du daimyô et de son entourage, cela vaut la peine de prendre le temps de le traverser. Il convient de s'attarder et de savourer chaque instant, de profiter des courbes du pont, des marches, des collines boisées tout autour et de la rivière Nishiki sur son lit de pierre. Après tout, nous sommes bien au pays des pierres : Iwakuni.
Le tir soudain des arquebuses fait sursauter les gens. Il vient de l'autre côté de la rivière où se trouve une compagnie d'arquebusiers composée d'hommes et


Angeles Marin Cabello pour Zoom Japon

"Plus il y a de monde sur le pont, plus il est solide", affirme-t-on à Iwakuni.

de femmes d'Iwakuni, en tenue de combat de samouraïs. Le chargement de ces vieux fusils est un processus complexe qui prend un certain temps (comme tout le reste de nos jours), mais lorsque le commandant dans son splendide costume donne l'ordre de tirer, retentit alors un craquement collectif fort et toute la troupe disparaît dans un nuage dense de fumée. A ce moment-là, vous regardez autour de vous et pendant un moment, rien absolument rien ne laisse supposer que vous êtes au XXIe siècle. La compagnie des arquebusiers d'Iwakuni s'entraîne une fois par mois le long des rives de la Nishiki. Comme les ingénieurs du pont, ses membres souhaitent préserver cet héritage culturel, en particulier le style d'ISHIDA Mitsunari, commandant de l'armée de l'ouest pendant la bataille de Sekigahara. Après cette séance, les jolis tireurs sont heureux de poser pour des photos. Ils vous laissent même porter leur arme. *"Celle-ci a été utilisée il y a plus de 300 ans au Japon"*, confie l'un d'entre eux, les mains noires de poudre.

Pour terminer la journée, vous ne pouvez pas quitter Iwakuni sans avoir goûté ses célèbres sushi en couche. Des guides bénévoles revêtus de leur veste turquoise vous aideront volontiers à trouver l'un des nombreux restaurants qui en servent, comme le Hangetsu Ryokan, fondé en 1869, juste en bas de la route du pont. En face, il dispose d'un magnifique petit jardin wabi-sabi avec des lanternes de pierre moussue, des érables et un étang avec des carpes. Une dame vêtue d'un kimono rose vous aperçoit en train d'admirer les poissons. "Nishiki goï," dit-elle. Elle insiste sur le mot "Nishiki," comme pour dire *"Voyez, ils ont nommé le poisson comme notre rivière, celle avec le pont"*.

STEVE JOHN POWELL

POUR S'Y RENDRE

Au départ de Hiroshima, deux possibilités s'offrent à vous. Vous pouvez emprunter le shinkansen en direction de Hakata jusqu'à Shin-Iwakuni (15 mn) ou bien la ligne JR Sanyô jusqu'à Iwakuni (26 mn). Dans les deux cas, il vous restera à parcourir 5-6 km en bus ou en taxi jusqu'au pont Kintai.

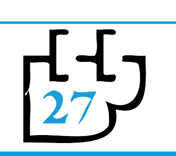
ZOOM JAPON

Zoom Japon est publié par les éditions Ilyfunet
12 rue de Nancy 75010 Paris - France
Tel: +33 (0)1 4700 1133 Fax: +33 (0)1 4700 4428
www.zoomjapon.info / courrier@zoomjapon.info
Dépôt légal : à parution ISSN : 2108-4483
Imprimé en France

Ont participé à ce numéro:
Odaira Namihei, Gabriel Bernard, Eric Rechsteiner, Jérémie Souteyrat, Jean Derome, Johann Fleuri, Steve John Powell, Angeles Marin Cabello, Ritsuko Koga, Maeda Haruyo, Ishimori Hiroshi, Kimié Ozawa, Kashio Gaku, Hirai Michiko, Takako Taniguchi, Miho Masuko, Yoshié Takano, Miwa Takano, Rié Tanaka, Marie Varéon (maquette).

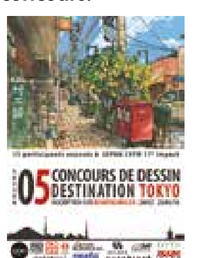
Publicité : Yoshiyuki Takachi, Kimié Ozawa

Responsable de la publication : Dan Béraud



événements

● **Concours de dessin gratuit sur le thème "Destination Tokyo"**
Envie de participer à un concours ouvert à tous et tenter d'être exposé à Japan Expo 17e impact ? C'est possible ! Il suffit de vous inscrire en ligne sur kokotoasoko.fr et d'envoyer par mail un visuel de votre réalisation entre le 20 février et le 20 mai 2016. Nos partenaires offrent par ailleurs de nombreux prix aux 4 gagnants du concours.



cours

● **Stage intensif de japonais** pour débutant du 18 mai au 24 juin - 24h. - mer. et ven. 19h-21h - 299€ ttc. Matériel compris. Inscription sur www.espacejapon.com

● **Ateliers DESSIN-MANGA** Réalise ton propre manga ! Stages intensifs pendant les vacances scolaires. De 11h~15h. 265€ttc (matériel et bento compris). Attention nombre de places limité. Informations et inscription sur www.espacejapon.com

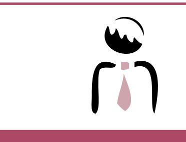
● **Atelier NUNO-ZÔRI** Pour cet été, réalisez vos propres zôri (tongs japonaises) à partir de tissus recyclés. Durée 3h. 45€ttc (matériel compris). Attention nombre de places limité. Prochaines dates et inscription sur www.espacejapon.com





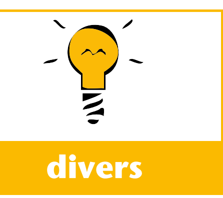
logements

● **Paris Fudosan le spécialiste de l'immobilier** franco-japonais à Paris recherche des STUDIOS à louer pour ses étudiants et expatriés japonais. 18 rue de Richelieu 75001 Tel : 01 4286 8739 service@paris-fudosan.com



emplois

● **Le restaurant parisien L'Inconnu** dans le 7ème arrondissement cherche un(e) serveur(euse). Envoyez votre CV à l'adresse restaurantitalienlinconnu@gmail.com



divers





Charlotte HODEZ, Avocat
Sidonie ROUFIAT, Avocat et Médiateur
Mettent leurs compétences à votre disposition en matière de :

- Droit du séjour et du travail des étrangers
- Droit du travail (individuel et collectif)
- Droit de la famille
- Droit médical et réparation de préjudices corporels
- Droit pénal

Conseil et assistance devant les juridictions.
Résolution amiable des conflits

Notre atout :
notre expérience des relations franco-japonaises

Les honoraires sont déterminés en commun accord avec le client selon la nature du dossier. N'hésitez pas à nous contacter pour plus de renseignements.

HODEZ ROUFIAT AVOCATS ASSOCIES (A.A.R.P.I.)
25 boulevard Voltaire - 75011 Paris
Tél. 01 55 80 57 40, contact@hravocats.fr

Tarifs des annonces (pour 100 carac.)	
Emploi	50€ttc
Evénement	45€ttc
Cours	40€ttc
Amitié	40€ttc
Logement	35€ttc
Divers	30€ttc

Options	
20 car. suppl.	5€ttc
option web (publication immédiate sur le web + 5 img.)	20€ttc
cadre	50€ttc
gras	50€ttc
img. papier	100€ttc

ABONNEZ-VOUS AU MAGAZINE 28,00 €

www.zoomjapon.info



10 numéros par an

+

CLUB ZOOM

Club ZOOM vous permet de participer chaque mois à un tirage au sort qui vous donnera la possibilité de gagner des livres, des DVD, des invitations à des spectacles et bien d'autres choses.

+

CADEAU



le T-shirt anniversaire des 5 ans de ZOOM Japon !

dessiné par
Florant Chabouet



CODE PROMO : ZOOOOOM5

CADEAU DU MOIS

Ce mois-ci, le Club ZOOM vous propose de gagner le livre *Rendez-vous dans le noir*, d'Otsuichi, traduit par Myriam Dartois-Ako.
(Editions Karasu)



Pour participer au tirage au sort, veuillez répondre à la question : *Parmi vos objets japonais, lequel préférez-vous ?*
et envoyer votre réponse à *club@zoomjapon.info* en indiquant **votre numéro d'abonné**.
Tous les nouveaux abonnés peuvent participer.
Jusqu'au 30 avril 2016.

Pour vous abonner, téléchargez le bulletin sur
www.zoomjapon.info
et renvoyez à **Editions ILYFUNET 12 rue de Nancy 75010 Paris**
Tél : **01 47 00 11 33**


SEFA
ジャパンエキスポ
Japan Expo
17e IMPACT
LE PLUS GRAND RENDEZ-VOUS DES FANS DE CULTURE JAPONAISE
7 ► 10 JUILLET 2016
PARC DES EXPOSITIONS PARIS-NORD VILLEPINTE
PARIS GUIDE
RETROUVEZ TOUTES LES FESTIVITÉS SUR
www.japan-expo-paris.com
#japanexpo
MANGA • ANIME • JEUX VIDEO • MUSIQUE • MODE • CINEMA • ART MARTIAUX • TRADITIONS • BIEN ETRE • GASTRONOMIE
LES TICKETS SONT EN PRÉVENTE SUR WWW.JAPAN-EXPO-PARIS.COM ET DANS LES RÉSEAUX HABITUELS
TARIFS PRÉVENTES ► Jeudi : 12€ • Vendredi : 17€ • Samedi : 22€ • Dimanche : 17€ • Forfait 4 jours : 56€ • Ticket Zen : 80€
FRANCEBILLET : Fnac - Carrefour - Géant - Magasins U - Intermarché - www.fnac.com - www.carrefour.fr - www.francebillet.com - 0 892 684 694 (0,40€/min)
TICKETMASTER : Ticketmaster.fr - Auchan, Cora, Cultura, E.Leclerc - 0 892 390 100 (0,45€/min)
LES TICKETS SONT ÉGALEMENT EN VENTE À L'ENTRÉE DU FESTIVAL !
TARIFS SUR PLACE ► Jeudi : 15€ • Vendredi : 20€ • Samedi : 25€ • Dimanche : 20€ le forfait 4 jours et le ticket zen uniquement en prévente
HORAIRES ► Tous les jours : 10h - 18h • Entrée à 9h pour les détenteurs de tickets achetés en prévente
ACCÈS ► RER B - Station Parc des Expositions • Autoroute A1 ou A3, puis A104 - Sortie 2 : Parc des Expositions (accès visiteurs)
fnac
SNCF
CANAL BD LIBRAIRIE

NHK WORLD TV sélection avril

samedi
30 avril
19h10

Magic of Tawaraya

Séjour au cœur de Kyoto



Disponible sur les canaux suivants:



canal 473



canal 182



canal 680



canal 270



canal 731/732



canal 222

Aussi disponible en streaming et via notre application gratuite.
nhk.jp/nhkworld

